

# dixit

comunicación :: profesión :: conocimiento

## EL FÚTBOL COMO ESPECTÁCULO

El carácter panóptico de la cobertura televisiva

## EL AUGE DE LAS COLUMNAS DE OPINIÓN

La práctica profesional a la luz de las nuevas tecnologías



Departamento de Comunicación  
Facultad de Ciencias Humanas  
Universidad Católica del Uruguay  
20 :: JUNIO 2014

ISSN: 1688-3497  
ISSN (en línea): 0797-3691



Universidad  
Católica del  
Uruguay



La revista *dixit* es una publicación bianual, arbitrada e indexada del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica del Uruguay. Desde diciembre de 2006 se publica en versión impresa y digital, y ha sido declarada revista de fomento artístico cultural por el Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay.

Su objetivo es publicar artículos de investigación, reseñas, artículos de divulgación y actualización, entrevistas, y obra (fotografía, ilustración, guion, creación literaria) sobre Comunicación, que puede estar en diálogo con otras disciplinas, con una línea editorial que propicia la lectura ágil de trabajos rigurosos.

#### **Dirección**

Mónica Arzuaga  
marzuaga@ucu.edu.uy

#### **Comité Editorial**

Mónica Arzuaga  
Carola Kweksilber  
Amalia Lejavitzer  
Pablo Porciúncula  
Graciela Rodríguez-Milhomens

#### **Consejo Consultivo**

Carolina Aguerre  
Universidad de San Andrés, Argentina  
Alejandra Bretón  
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay  
Andrew Calabrese  
University of Colorado, Estados Unidos  
John Cheney-Lippold  
The University of Michigan, Estados Unidos  
Richard Danta  
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay  
María Aparecida Ferrari  
Universidade de São Paulo, Brasil  
Loup Langton  
Western Kentucky University, Estados Unidos  
Roberta Lentz  
McGill University, Canadá  
Humberto Orozco  
ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México  
Ana Inés Pepe  
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay  
Xosé Pereira Fariña  
Universidad de Santiago de Compostela, España  
María Teresa Quiroz  
Universidad de Lima, Perú  
Mariluz Restrepo  
Universidad Externado de Colombia, Colombia  
Mauricio Tolosa  
Fundación de la Comunicología, Chile

#### **Equipo Editorial**

Dirección, Mónica Arzuaga  
Coordinación y producción, Carola Kweksilber  
Edición de la sección arbitrada, Amalia Lejavitzer  
Edición de las secciones no arbitradas, Maqui Dutto  
Edición de fotografía, Pablo Porciúncula  
Corrección, Maqui Dutto  
Traducción, Raquel Domínguez (inglés), Mabel Zeballos (portugués)  
Diagramación, Gabriela González  
Tratamiento digital de fotos, Gabriel Cousté  
*dixit* digital, Betina Gersberg

Universidad Católica del Uruguay  
Dirección: Av. 8 de Octubre 2738,  
Montevideo, Uruguay  
Correo electrónico: [dixit@ucu.edu.uy](mailto:dixit@ucu.edu.uy)  
Teléfono: [+598] 2487 2717  
Tiraje: 2.500 ejemplares  
Período: enero-junio 2014

La revista *dixit* está incluida en:  
las bases de datos de EBSCO  
[www.ebsco.com](http://www.ebsco.com)



el catálogo LATINDEX  
<http://www.latindex.unam.mx/>



## Política editorial

### Objetivo

La revista *dixit* publica artículos de investigación, reseñas, artículos de divulgación y actualización, entrevistas, y obra (fotografía, ilustración, guion, creación literaria) sobre comunicación, que puede estar en diálogo con otras disciplinas, con una línea editorial que propicia la lectura ágil de trabajos rigurosos.

### Estructura

La revista se estructura en tres secciones: "Desde la academia" son artículos originales e inéditos de investigación y análisis (entre 4 000 y 8 000 palabras de extensión); "Rapport" presenta artículos inéditos de actualización y entrevistas (entre 2 000 y 4 000 palabras), y reseñas (entre 1 000 y 2 500 palabras); "Obra en comunicación" publica fotografía de autor (hasta ocho fotos), ilustración (hasta dos páginas), creación literaria y guion (hasta 4 000 palabras de extensión).

### Periodicidad

La revista es bianual y recibe trabajos durante todo el año.

### Comité Editorial

El Comité Editorial decide si los trabajos recibidos son acordes con la línea editorial de *dixit*. También decide en qué número se publican y qué ilustraciones acompañan los textos.

### Arbitraje

Los artículos de investigación y análisis publicados en la sección "Desde la academia" son evaluados por pares, en sistema de doble ciego, esto es, el autor no conoce el nombre de los árbitros, ni estos el nombre del autor.

El sistema de arbitraje recurre a evaluadores externos a la Universidad Católica del Uruguay y también a especialistas de la propia institución. Cada artículo es evaluado por dos árbitros, quienes dictaminan si el artículo es "Publicable", si es "Publicable con correcciones" o si es "No publicable". El dictamen se comunica a sus autores en un plazo no mayor de tres meses, a partir de la fecha de recepción del trabajo.

La evaluación se entrega de manera anónima al autor, y se basa en los siguientes aspectos: cumplimiento de las normas editoriales; originalidad y aportes del artículo al campo de conocimiento; fundamentación sólida del tema; coherencia interna; enunciación clara de la idea principal del artículo; adecuación de las conclusiones a lo propuesto inicialmente; manejo amplio y pertinente de las referencias bibliográficas; corrección ortográfica y sintáctica del texto.

## Editorial Policy

### Objectives

*Dixit* journal publishes articles on Communications, which can be in dialogue with other disciplines: research and analysis papers, book reviews, divulgation articles, interviews and pieces of work (photography, illustrations, scripts, literary creation).

### Structure

The journal has three sections: "Desde la Academia" are original research and analysis papers (between 4000 and 8000 words); "Rapport" includes original articles and interviews (between 2000 and 4000 words) and reviews (between 500 and 1000 words); "Obra en comunicación" publishes author photographs (up to eight pictures), illustrations (up to two pages), literary creation and script (up to 4000 words).

### Frequency

The journal is biannual and receives papers and articles all year long.

### Editorial Committee

The editorial committee decides whether the articles received comply with *dixit*'s editorial line. It also decides the number in which they will be published and which illustrations accompany the texts.

### Arbitration (Peer review)

The research and analysis papers published in the "Desde la Academia" section are assessed by peers, through the double blind system, meaning that the author does not know the name of the referees nor these know the name of the author.

Each article is evaluated by two referees, who determine whether the article is "Publishable", if it is "Publishable with corrections" or if it is "Not publishable". The authors of the articles will be informed of the decision in a period of no more than three months, from the date of reception of the article.

The assessment is anonymously delivered to the author and it is based on the following aspects: complying with the editorial rules; originality and contribution of the article to the field of knowledge; solid foundation of the topic; internal coherence; clear enunciation of the article's main idea; coherence of the conclusions with the initial proposal; wide and pertinent use of bibliography; orthographic and syntactic correction of the text.



*dixit*: verbo en latín  
que significa "dijo", "ha dicho".

*dixit* n.º 20 :: enero-junio 2014  
Departamento de Comunicación  
Facultad de Ciencias Humanas  
Universidad Católica del Uruguay

**tapa**

Foto de: Mana, 15 de abril 2014 (detalle).

## desde la academia

**El fútbol como espectáculo: el carácter panóptico de su transmisión televisiva**

*Football as show: the panoptic character of TV football broadcasts*

Gabriel Guzzo  
04-17

**Confianza en los medios de comunicación y su relación con el nivel de institucionalización del sistema de partidos.**

**Análisis comparado en América Latina**

*Trust in the media and its relationship to the degree of institutionalization of the party system. A compared analysis in Latin America*

Matías Ponce  
18-31

**Arte y corporeidad, una apuesta para el diálogo intercultural**

*Art and corporeal nature. Supporting intercultural dialogue*

Magda García von Hoegen  
32-47

## rapport

**Entrevista a Jorge Lozano. "La semiótica es un método, un modo de recorrer, de ver y describir"**

*Interview with Jorge Lozano. "Semiotics is a method, a way of traversing, of seeing and describing"*

Mariangela Giaimo  
48-53

**Entrevista a Valeria Dotro. "Pensamos lo educativo en un sentido cultural amplio"**

*Interview with Valeria Dotro. "We are considering education in a broad cultural sense"*

Vanina Lanati  
54-57

**Reseña bibliográfica. Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay**

*Book reviews. Drawing a map of the digital media: the Uruguayan scene*

Giorgina Santangelo  
58-61

**Una mirada introspectiva al periodismo que hago.**

**El auge de las columnas de opinión, estimuladas por los sitios de Internet y las redes sociales**

*An introspective look at the journalism I do. The boom of op-ed pages, fueled by Internet sites and social networks.*

Tomás Linn  
62-66

## obra en comunicación

**Ilustración** *Illustration*

David de la Mano  
67

**Fotografía de Christian Rodríguez**

*Photograph by Christian Rodríguez*

68-73

**Poema de la lluvia**

*A poem of the rain*

Alberto Vital  
74-75

Revista *dixit* en línea <http://revistadixit.ucu.edu.uy>  
[dixit@ucu.edu.uy](mailto:dixit@ucu.edu.uy)

El contenido de los artículos y obra es responsabilidad de los autores.  
*dixit. Comunicación. Profesión. Conocimiento.*

Universidad Católica del Uruguay. Av. 8 de Octubre 2738, Montevideo.  
Tel. 2487 2717.

Revista de distribución gratuita registrada ante el MEC a los efectos del art. 4º de la ley 16.099, nº de registro 2135/07, tomo XV, foja 47.

Impreso y encuadernado en Mastergraf srl. Depósito legal 340.585.  
Comisión del Papel. Edición amparada por el decreto 218/96.

Periodicidad: 2 números al año.





## El fútbol como espectáculo: el carácter panóptico de su transmisión televisiva

Gabriel Guzzo

### RESUMEN

La transmisión televisiva del fútbol se ha convertido en la vía por la cual la mayoría de los aficionados viven este deporte. Sin embargo, la televisación de los partidos convirtió el fútbol en un espectáculo mediatizado, donde la percepción del juego del televidente varía respecto a la del espectador presente en el estadio. Este artículo toma como punto de partida la noción del panóptico de Bentham, y muestra comparativamente la similitud entre algunos aspectos de este concepto y la transmisión de un partido de fútbol. Para ello, deja a un lado la dimensión sonora y se concentra en el análisis de las variaciones causadas por el sistema de cobertura de cámaras seleccionado. En conclusión, busca establecer semejanzas entre el panóptico y las técnicas de cobertura televisiva de un partido de fútbol así como reflexionar sobre las implicaciones que tiene la televisión en la experiencia de este deporte.

Palabras clave: televisión, espectáculo, fútbol, panóptico, ángulos de cámara.

### ABSTRACT

*Most football fans experience the sport as a TV broadcast. TV, however, has turned football into a media show, and what the viewer perceives is different from the experience of a stadium spectator. This article takes Bentham's panopticon as a starting point and compares it to a football broadcast, finding some similarities between both concepts. To this effect, it sets aside the sound dimension and concentrates on the analysis of variations depending on the chosen system of camera coverage. To conclude, it tries to find resemblances between the panopticon and camera coverage techniques as applied to a TV broadcast of a football match, and also reflects on the implications of this medium in the experience of this sport.*

*Key words: Television, show, football, panopticon, camera angles.*

Gabriel Guzzo::  
Departamento de  
Comunicación, Facultad  
de Ciencias Humanas,  
Universidad Católica  
del Uruguay, Uruguay.  
[gguzzo@ucu.edu.uy](mailto:gguzzo@ucu.edu.uy)

Recepción: abril 2014.  
Aceptación: mayo 2014.

Foto: Pablo Porciúncula.

Estar presente en una tribuna mientras en el campo de juego se desarrolla un partido de fútbol permite ser alcanzado por un sinnúmero de informaciones que captan nuestros sentidos. Según lo decida, el espectador puede prestar atención a los movimientos del deportista, a los gritos de la tribuna, al sabor del refresco que esté tomando, al aroma de las hamburguesas sobre la parrilla del puesto de ventas y hasta al frío áspero de la grada. Ahora bien, cuando el mismo partido se observa a través de la televisión es sencillo admitir que muchos de estos acontecimientos y sensaciones ya no están. Pero es más difícil darse cuenta de que la percepción del mismo juego se ve alterada por la mediación de la transmisión televisiva.

Un espectáculo implica una relación entre una determinada actividad y un determinado sujeto que la observa. En palabras de Anaya Santos (2008, pp. 70-71), el espectáculo “incluye un sujeto que contempla impresionándose, un objeto contemplado, y un nexo que los comunica entre sí: el espectáculo”. Esta relación entre el espectador y el evento se lleva adelante mediados por una distancia que “opera a modo de frontera o de barrera que separa e impide al sujeto que mira introducir su cuerpo en el lugar del espectáculo” (González Requena, 1999, p. 66). Detrás de esta configuración espacial está la concepción utilizada por el “teatro a la italiana”, en el cual el público tiene una posición de privilegio. En ella, los actores y el decorado están situados en relación directa con la ubicación del espectador por fuera del escenario; una ubicación ya trabajada por la pintura renacentista a través de la perspectiva. Las obras organizaban el espacio pictórico en función del lugar desde donde serían observadas (Paoletti y Radke, 2002).

En este contexto, el espectáculo televisivo resulta de la herencia de lo establecido por su antecesor directo, el

espectáculo cinematográfico. Las salas de cine y las habitaciones de los hogares donde se encuentran los televisores adoptan el modelo de “teatro a la italiana” para la organización entre el evento y el espectador, reforzando la configuración concéntrica del espacio espectacular. Las características tecnológicas de estos medios son las que terminan por generar la concentración espacial en el espectador. El procedimiento por el cual se producen las imágenes como “la posición de la cámara en el momento de la filmación o de la grabación de la imagen prefigura el lugar virtual, en esencia concéntrico, que luego habrá de adoptar el espectador” (González Requena, 1999, p. 72).

La televisión implica la transmisión y la recepción de imágenes en movimiento y sonidos a distancia a partir de cierta codificación y transporte de la señal a través del espacio físico. El fútbol se ha valido de ella para poder llegar más allá de los límites de un estadio. Pero, por su carácter de representación audiovisual, el acto de televisar implica acotar el espacio a los límites de un encuadre. En otras palabras, “lo que se ve” en la pantalla es apenas una selección de todo lo que ocurre en el estadio. Este marco rectangular tiene un largo devenir histórico que según recuerda Gubern fue instituido por la pintura renacentista de caballete, heredado por la fotografía y “generador del espacio transversal y rectangular de la boca del escenario a la italiana” (1987, p. 266). El cine lo adoptó como propio y la televisión después lo hizo suyo.

La limitación del espacio del campo de juego no implica que lo que permanece fuera de la pantalla no tenga importancia. El marco de representación específico de la televisión es el plano, y este es la unidad física que otorga sentido a los encuadres, ángulos, profundidad de campo, movimientos de cámara y duraciones de cada plano en el tiempo en que perma-



neces en pantalla. Por esto es que “todo lo que está dentro del plano toma valor de escena ejemplar que se propone al espectador como el mundo que ha de ser descifrado en sus microestructuras de objetos, cosas y personas” (Vilches, 1990, p. 112). Cada plano requiere ubicar la cámara en la mejor posición dentro del espacio, definir el tamaño con el cual se percibirán las cosas y la altura que tendrá la cámara con relación a la acción. La definición en conjunto de estos tres aspectos (tamaño, posición y altura) se llama *ángulo de cámara* (Mascelli, 1975), y cada ángulo genera un punto de vista particular de la acción.

Este punto de vista determinado por un *encuadre* delimita el espacio representado y establece una

diferencia entre un campo como espacio visible y otro fuera de él como invisible. Lo que se encuentra visible (o *dentro de campo*) contiene toda la información que recibe de manera directa el espectador. El *fuera de campo* se manifiesta como un espacio ausente-presente (Vilches, 1990, p. 114), pues lo que no se ve tiene directa relación con lo que sí se está viendo en pantalla. En cualquier momento puede darse un enroque visual donde lo que estaba fuera de campo pasa a estar dentro de él y viceversa.

Con estas decisiones de selección, unas acciones quedan fuera de la pantalla y otras toman protagonismo. Benjamin (1989, p. 42) establece que el rodaje cinematográfico representa todo un proceso en el cual

Foto: Pablo Porciúncula.

es imposible obtener una única perspectiva sin que todo el mecanismo que la produce no interfiera de alguna manera en el campo visual del espectador. Lo mismo sucede con la televisión. La atención del espectador se dirige hacia lo que el director de cámaras desea. A partir de estas imágenes el sujeto construye el sentido del juego. Si no se muestra la tribuna vacía de público, cada espectador de manera automática llenará esa carencia de información que puede conducirlo a creer la situación contraria a la realidad. Si se omite mostrar una pelea de dos jugadores durante un tiro de esquina, para el espectador televisivo esa situación no habrá ocurrido. Lo transmitido está supeditado a las decisiones de un productor o director de cámaras respecto a qué es “mejor” o “más enriquecedor” para transmitir televisivamente. La connotación que la imagen produce en el espectador en gran parte es consecuencia de cómo la cámara realiza el encuadre. Por lo tanto, el director “no puede renunciar a una muy específica producción de sentido, producto de una investidura emocional o crítica” (Gubern, 1987, p. 270).

Desde sus hogares, el público accede al juego mediante fragmentos de acción que recibe en su televisor. “El observador no es un receptor pasivo, sino un movilizador activo de estructuras y procesos ('aficionado' o erudito) que le permiten buscar la información pertinente a una tarea y unos datos concretos” (Bordwell, 1995, p. 19). El espectador construye los vínculos entre los planos y les atribuye significados. En cambio, quien está en la tribuna decide por él mismo en qué concentra su atención, ya que es partícipe de la totalidad del hecho deportivo.

### La selección de ángulos

A lo largo de las décadas el ángulo de cámara ha tenido una evolución constante en relación con las transmisiones deportivas de fútbol, evolución que se ha enriquecido con la incorporación de nuevos puntos de vista. Corría el año 1937 cuando la primera televisación de

un partido de fútbol se llevó a cabo. Fue realizada por la BBC apenas un año después de haber comenzado sus servicios como televisora. A partir de allí el devenir histórico del lenguaje televisivo ha recorrido un camino de compleja evolución. Las primeras transmisiones se realizaban a través del ángulo clásico por excelencia: una sola cámara ubicada en la cima de la tribuna principal del estadio seguía las acciones del juego. El plano era lo más abierto posible y de vez en cuando se realizaba algún acercamiento mediante el empleo del *zoom*.

La primera decisión de ángulos fue instalar la cámara lo más al centro posible de una de las tribunas laterales del campo de juego, para así comunicar equidad e imparcialidad sobre cada equipo en la cancha. Desde entonces han surgido nuevos ángulos sin perder los ya conquistados. Tiempo después apareció una nueva ubicación de cámara al lado de la primera, que tenía como propósito realizar planos más cerrados a los futbolistas, lo cual terminó por fragmentar el espacio de juego. La transmisión televisiva podía mostrar al arquero despejando la pelota desde su arco y a continuación, por corte, pasar a otro encuadre donde dos jugadores en el mediocampo esperaban la caída de esa misma pelota. El espacio físico que hay entre el arco y el círculo central de la cancha desaparece. Se omite dejándolo fuera de campo. Se transita de una acción a la siguiente de forma consecutiva, sin puntos muertos. Los intervalos comienzan a llenarse con más acción. La decisión implícita en esa omisión determina lo no transmitido como algo carente de importancia, ya que si fuera significativo sería televisado. En televisión tiene más riqueza observar a dos futbolistas preparándose para hacerse de la pelota que la trayectoria de esta hacia ellos.

Con posterioridad apareció la cámara a nivel del campo de juego sobre la mitad de la cancha, lo que generó un nuevo cambio en la percepción del fútbol televisado. El

espectador pudo entonces observar el mismo partido, transmitido en directo, desde dos lugares espacialmente distantes entre sí. Las perspectivas son notoriamente diferentes, puesto que es posible mirar una jugada desde la tribuna y enseguida un plano desde la cancha en el que se ven los gestos y las emociones de los jugadores.

Desde ese momento el camino ya quedó marcado por un objetivo concreto: brindar al televidente la experiencia del evento deportivo de una manera única, distinta a la del espectador en el estadio. Nuevos ángulos aparecieron para enriquecer el punto de vista del espectador: se colocaron cámaras en la cima de las tribunas detrás de los arcos, al costado de ellos a nivel del campo y en la tribuna principal a la altura del comienzo de las áreas. Incluso es posible descubrir cámaras en la tribuna contraria a la principal (esto es presentado en las transmisiones como *ángulo invertido*).

Una nueva transformación de la experiencia del juego como espectáculo televisivo fue la incorporación de ángulos que nutrían de nuevas informaciones al espectador. El carácter novedoso de esta incorporación consiste en ubicar la cámara en lugares inaccesibles para quien está en el estadio. Por ejemplo, las cámaras son colocadas dentro de las redes de los arcos o sobre rieles que siguen las corridas de los jugadores a lo largo de la cancha. Estas nuevas posibilidades permiten vivir el partido con una mayor espectacularidad y redescubrir el juego desde lugares nunca antes ocupados. Los avances en la tecnología de captura, emisión y recepción de imágenes permiten obtener puntos de vista que el cuerpo humano no podría alcanzar por sí mismo. Las cámaras nos ponen a ras del suelo y terminan por elevarnos encima del arco; vemos la ubicación de todos los jugadores en la cancha desde el cielo y seguimos una jugada sobrevolando bien cerca el campo. Muchos de estos nuevos ángulos provienen de la industria de los videojuegos. El avance tecnológico hizo posible convertirlos en realidad.

Tanto ha cambiado la percepción del fútbol que, en transmisiones de bajo presupuesto, donde hay pocas cámaras, el espectador percibe una pobreza en el evento cuando en realidad lo fundamental del espectáculo (el evento en sí mismo) está presente. La televisión se vale de los acontecimientos deportivos para mostrar su abanico de avances tecnológicos. Los Juegos Olímpicos o los Mundiales de Fútbol son el momento en el que se utilizan por primera vez todo tipo de cámaras robóticas, lentes de alta definición y hasta satélites de comunicación. Además se establecen nuevos ángulos con coberturas que dependen de un número cada vez mayor de cámaras.

Ahora bien, cada cámara tiene un objetivo, un “deber hacer” durante el transcurso del partido. Nada queda librado al azar. Algunas siguen jugadores, otras solo registran lo que pasa dentro del área y otras tienen por único cometido mantener dentro del encuadre los gestos, los movimientos y las reacciones del director técnico de un equipo. Las diferentes posiciones de cámara

[...] se fundirán después en un único lugar material, el ocupado por el espectador, donde habrán de converger, por obra de la razón perspectivista, las múltiples imágenes rodadas. Esto es, por lo demás, lo que hace posible el montaje filmico o la edición televisiva: las diversas posiciones de cámara concretas, al mantener constante su forma —perspectiva— de ordenación del espacio, definen un único lugar virtual —el de la cámara, cualquiera que sea su lugar concreto— que la mirada del espectador habrá de materializar (González Requena, 1999, p. 72).

Detrás de la selección de ángulos se encuentra implícita la voluntad del director de cámaras y del productor de la transmisión televisiva. Qué mostrar, de qué manera y cuándo hacerlo son resoluciones que ambos toman antes de y durante la salida al aire. Estas



Foto: Pablo Porciúncula.

decisiones permiten que el espectador cambie de ubicación en la tribuna principal a través de la variación del ángulo de cámara, o que incluso se traslade de una a otra tribuna, una y otra vez. El espectador sobrevuela el campo, entra y sale del estadio. Se aleja para ver la totalidad de la jugada o se concentra en el rostro del jugador. Al igual que el cine, la televisión también “heredó de la novela el cambio de escala de observación (el detalle descrito que equivale al primer plano, o la descripción de un paisaje al plano general), el cambio de emplazamiento o punto de vista de un observador” (Gubern, 1987, p. 294).

### La noción panóptica del espectáculo televisivo

Cubrir cada zona del campo de juego con un ángulo de cámara tiene como premisa principal dar al espectador la posibilidad de ver el partido desde varios puntos de vista. Esta búsqueda por desarrollar la mejor estrategia de ángulos para cada acción del juego implica una

infraestructura edilicia que lo permita. Los estadios hoy se construyen pensando en brindar no solo más comodidades al público presente, sino mayores facilidades técnicas y estilísticas a la televisión.

Esta propuesta televisiva genera la creencia de que *cuantas más cámaras hay, menos situaciones importantes se pierden*. Esto en realidad es relativo, porque para materializar esa idea es necesario que la cámara encuadre la acción precisa en el momento preciso y con la calidad técnica precisa. Por lo general las variables no controlables van en contra de este objetivo.

La próxima Copa del Mundo de Fútbol de Brasil ya tiene formulado un plan preliminar de cobertura televisiva.<sup>1</sup> Para la transmisión de cada partido se ha establecido la ubicación de treinta y cuatro cámaras de alta definición a lo largo y ancho del estadio. La televisión se convierte en una verdadera visión

<sup>1</sup>:  
<http://www.hbs.tv/staff-orientation.html>

panóptica del juego. Las nociones generales del panóptico propuestas inicialmente en 1791 por Jeremy Bentham (Burns, 1984) pretendían encontrar un recurso que se aplicara en las cárceles y que estableciera el control sobre un cierto número de hombres, observando sus movimientos y reacciones sin que nada escapara a la vista del órgano de vigilancia.

En el espectáculo televisivo, el espectador se convierte en un observador casi omnipresente en cada rincón del campo de juego. La televisación tiene por objetivo capturar todo de los jugadores: las acciones, el juego en equipo, los resultados, las emociones, el virtuosismo o la torpeza de un movimiento. Capturar a los jugadores y hacerlos presentes dentro del campo del encuadre. Y, cuando esto sucede, lo pone a consideración del público. Los espectadores mediáticos observan a través de un plano de cámara muy abierto un remate al arco que sale desviado y tienen el impulso de catalogar al futbolista como un jugador que no está comprometido con el equipo. Pero a continuación reciben otra imagen, esta vez en un primer plano, desde otro ángulo, con la reacción de profundo lamento del futbolista que remató el disparo. Entonces para el público el sentido de la jugada varía. Enseguida surge otro plano donde otra cámara muestra el tobillo inflamado de ese jugador. Y de nuevo cambia el sentido. ¿El lamento fue por la oportunidad perdida de convertir un gol o por el dolor de su tobillo? Pero, si está lastimado, ¿será retirado del campo de juego? ¿Quién entrará en su lugar? Ante estas preguntas el espectador se dispone a observar en pantalla algún plano que le permita ver el banco de suplentes con las reacciones frente a la lesión del compañero de equipo.

Según González Requena (1999), esta multiplicidad de puntos de vista para el espectador explica la potencia espectacular de estos nuevos medios:

[...] el espectador se halla siempre en el mejor lugar de visión, pero no ya —como sucedía en la escena italiana— porque se encuentre en el mejor ángulo de visión, sino porque tiene acceso, al menos potencial, a todos los ángulos de visión. Realiza así el espectador cinematográfico —y luego el televisivo— el proyecto de la visión absoluta (p. 72).

Esta visión panóptica del juego tiene influencia en la percepción del espectador que se atribuye una ficticia sensación omnividente. Sin embargo, esta es una visión múltiple que depende de lo que recibe a través de la selección de contenidos proveniente de la toma de decisiones de terceros. El productor y el director de cámaras administran, seleccionan y emiten las imágenes que creen convenientes que la audiencia reciba en sus casas. En el orden y por el tiempo que así lo decidan.

De aquí que se pueda establecer otra analogía entre la televisación y la noción del panóptico, pues,

[...] desde el punto de vista del guardián, [la multitud a vigilar] está remplazada por una multiplicidad enumerable y controlada; desde el punto de vista de los detenidos, por una soledad secuestrada y observada. De ahí el efecto mayor del Panóptico: inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder. Hacer que la vigilancia sea permanente en sus efectos, incluso si es discontinua en su acción (Foucault, 2002, p. 205).

En el fútbol, el juez del partido se vuelve el *guardián*, autorizado para impartir justicia y para mantener el orden de las normas y reglas de juego a ambos lados del campo. Para Bentham, la presencia del poder en la

estructura panóptica tiene que ser visible, pero inverificable. Visible porque el cautivo tiene ante sí la presencia constante de la torre central desde donde se lo observa. Inverificable porque el cautivo nunca debe saber cuándo se lo está mirando, pero tiene que tener total seguridad de que siempre puede ser visto (Foucault, 2002, p. 206). Los jugadores de fútbol tienen una relación similar con las cámaras. Son conscientes de que están, pero no saben en qué momento preciso los están encuadrando ni, menos aún, cuándo salen al aire. Cualquier golpe, insulto o pelea puede ser registrado por un camarógrafo y, aunque quizá haya pasado inadvertido en el estadio, el público que lo ve desde sus casas se convierte en testigo privilegiado. Testigo y juez.

En este sentido, la transmisión televisiva del juego ha llevado a que el futbolista busque ser registrado por la cámara. El jugador ha cambiado su actitud en el campo de juego. Hace décadas, el festejo de un gol consistía en una serie de abrazos entre los compañeros de equipo. Hoy puede ir acompañado de una coreografía, un baile o una dedicatoria gestual hacia alguien que observa la imagen televisada. Incluso el cuidado estético de los jugadores se ha visto influenciado por la presencia de las cámaras:

[...] el culto a las “estrellas”, fomentado por el capital cinematográfico, conserva aquella magia de la personalidad, pero reducida, desde hace ya tiempo, a la magia averiada de su carácter de mercancía. Mientras sea el capital quien dé en él el tono, no podrá adjudicársele al cine actual otro mérito revolucionario que el de apoyar una crítica revolucionaria de las concepciones que hemos heredado sobre el arte (Benjamin, 1989, p. 39).

#### **Ralentizar el pasado, redescubrir los eventos**

Las fotografías pueden ser más memorables que las imágenes móviles, pues son fracciones de

tiempo nítidas, que no fluyen. La televisión es un caudal de imágenes indiscriminadas, y cada cual anula a la precedente. Cada fotografía fija es un momento privilegiado convertido en un objeto delgado que se puede guardar y volver a mirar (Sontag, 2006, p. 35).

La mirada de Sontag respecto a lo efímero de la imagen televisiva encierra una cualidad tangible frente a las cualidades de la fotografía. Sin embargo, las transmisiones deportivas a través de la televisión incorporaron con total naturalidad un recurso inventado en primera instancia para archivar imágenes: la repetición instantánea o *replay* (*re-play*). Hasta ese momento la imagen en movimiento había luchado contra sus propios límites. Benjamin (1989) compara la pantalla que muestra la película

[...] con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de ideas. Y en cambio no podremos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ya ha cambiado. No es posible fijarlo (p. 51).

No fue hasta la invención del video cuando se pudo reproducir una acción que había transcurrido segundos antes. El desarrollo de esta técnica a lo largo de la década de los sesenta instauró una nueva forma de ver los deportes en directo y, sobre todo, rompió con los límites temporales de esas transmisiones.

Aquellas primeras transmisiones de fútbol que se realizaban a una cámara no tenían la posibilidad de la repetición tan solo porque no existía tal recurso. Hoy es inconcebible pensar en un partido televisado a una cámara y menos aún que no se tenga la posibilidad de volver a observar una jugada. La televisación del deporte evidencia la necesidad panóptica sobre el

juego y la de repetir los acontecimientos destacados del evento. Pura necesidad de romper con lo efímero de la imagen en movimiento. Es el gusto y el placer de volver a observar algo que ya pasó y no volverá.

Sontag expresa que una fotografía que permite “demorarnos cuanto nos apetezca en un solo momento contradice la forma misma de la película, un conjunto de fotografías que congela momentos en la vida o en la sociedad contradice su forma, la cual es un proceso, un caudal en el tiempo” (2006, p. 120). La televisión encontró en la posibilidad de repetir lo ya transmitido una opción atrayente para disminuir lo fugaz de sus contenidos. En la narración audiovisual este recurso se denomina analepsia o *flash-back*. Deleuze establece que para usar el *flash-back* “es preciso que la historia no se pueda contar en presente” (1987, p. 72). La transmisión televisiva selecciona un fragmento del pasado para que vuelva a formar parte de lo emitido. Por su parte, Stam habla de pausa descriptiva para nombrar “cuando el tiempo se detiene en la historia mientras que la descripción continúa de forma detallada” (1999, p. 143). Con esto se creó una ruptura temporal en el relato del partido. El desarrollo de la transmisión incluye fragmentos provenientes de situaciones pasadas del mismo partido. El tiempo está inmerso en las convenciones de una narración (en este caso un encuentro de fútbol) y el espectador lo identifica “como posterior, anterior, simultáneo, etcétera, según sea su contexto” (Gubern, 1987, p. 315).

Las primeras repeticiones de los partidos televisados se emitían a velocidad normal. La falta de un aparato reproductor que pudiera ralentizar las imágenes grabadas hacía que la velocidad de las jugadas repetidas fuera la misma que en el directo. Con el avance de la tecnología la televisación logró que la imagen en movimiento se *demorara*, al decir de Sontag, o se pudiera *fijar*, según Benjamin, para observar con mayor detenimiento las jugadas. Surgió

el uso de la repetición en cámara lenta, y la experiencia del juego fue otra. Se amplió una vez más la brecha de lo observado entre el espectador sentado en su casa y aquel que está en la tribuna. Para este, el juego pasa por una realidad lineal, donde lo que sucede se convierte en un abrir y cerrar de ojos en un pasado inalcanzable. Mientras tanto, la televisión es el vehículo que permite volver a vivir lo que ahora está en el pasado. Se apropia de él y lo vuelve a mostrar, esta vez aletargando las acciones. Tan pausada puede resultar la repetición que, rozando lo fotográfico, de aquella acción ya observada comienzan a surgir nuevas informaciones. Según Benjamin (1989), la técnica de la imagen en movimiento nutrió el mundo perceptivo tal como lo hizo la psicopatología de la vida cotidiana:

Un lapsus en la conversación pasaba hace cincuenta años más o menos desapercibido. [...] Pero todo ha cambiado desde la *Psicopatología de la vida cotidiana*. Esta ha aislado cosas (y las ha hecho analizables) que antes nadaban inadvertidas en la ancha corriente de lo percibido. Tanto en el mundo óptico como en el acústico, el cine ha traído consigo una profundización similar de nuestra percepción (p. 46).

El límite de la tecnología hoy está en las cámaras llamadas *Super Slow Motion*, que permiten capturar las acciones con gran definición de imagen. Con ellas se descubre la plasticidad del movimiento y quedan reveladas otras acciones. En esas variaciones de tiempo de la cinta,

[...] resulta perceptible que la naturaleza que habla a la cámara no es la misma que la que habla al ojo. Es sobre todo distinta porque en lugar de un espacio que trama el hombre con su consciencia presenta otro tramado inconscientemente. Es corriente que pueda alguien darse

cuenta, aunque no sea más que a grandes rasgos, de la manera de andar de las gentes, pero desde luego que nada sabe de su actitud en esa fracción de segundo en que comienzan a alargar el paso. [...] Y aquí es donde interviene la cámara con sus medios auxiliares, sus subidas y sus bajadas, sus cortes y su capacidad aislativa, sus dilataciones y arrezagamientos de un decurso, sus ampliaciones y disminuciones (Benjamin, 1989, p. 48).

Con esas dilataciones obtenidas mediante la cámara lenta, la repetición es connotada de un valor probatorio de los sucesos que ocurren en el campo de juego, aunque a lo largo del tiempo se ha cuestionado su cualidad de prueba irrefutable. De igual forma que se puede considerar el acto de fotografiar como una apropiación de lo que es fotografiado (Sontag, 2006, p. 16), esta lentitud casi fotográfica de la repetición conlleva la observación y el análisis de todos los elementos que son descubiertos cuadro a cuadro. Situaciones que a velocidad normal pudieron pasar desapercibidas ahora saltan a la vista de todos los televidentes. Gracias a la cámara lenta, lo que a simple vista pareció una clara infracción de un jugador se revela como una simulación, o se descubre que el remate al arco que parecía haber pasado tan cerca fue en cambio muy desviado.

La repetición en cámara lenta y la visión panóptica del juego se retroalimentan sin cesar. Es más, la segunda encuentra su verdadero propósito en función de la existencia de la primera. La mayoría de los ángulos de cámara están pensados para revelar al espectador la misma acción, desde otras posiciones, una vez que ha ocurrido. Al hacerlo, la acción repetida adquiere detalles novedosos. Casi parece una nueva situación representada. A diferencia del público en el estadio,

quien mira el partido por televisión observa una misma jugada desde diversos puntos de vista una y otra vez. El espectáculo televisivo reformula la percepción de los acontecimientos del juego. Los hechos se analizan bajo la lupa de las cámaras lentas segundos después de haber sucedido. Se utilizan como argumento fundamental por espectadores y por periodistas deportivos para opinar sobre la acción del juego.

La televisión pasa a ser juez y parte de las decisiones arbitrales adoptadas durante el partido. La ubicación de las cámaras en el estadio remite a una concepción panóptica de la transmisión televisiva. Los árbitros del juego son, entonces, quienes deben controlar el cumplimiento de las reglas, acorde con la idea original de Bentham respecto al panóptico, que

[...] sutilmente dispuesto para que un vigilante pueda observar, de una ojeada, a tantos individuos diferentes, permite también a todo el mundo venir a vigilar al vigilante de menor importancia. La máquina de ver era una especie de cámara oscura donde espiar a los individuos; ahora se convierte en un edificio transparente donde el ejercicio del poder es controlable por la sociedad entera (Foucault, 2002, p. 212).

Quienes miran el fútbol a través de la televisión adoptan ese ejercicio al que se refiere Foucault. No solo evalúan el rendimiento de los equipos, sino que también ponen en tela de juicio y cuestionan las decisiones de los árbitros. La imagen en cámara lenta es presentada como un argumento incuestionable. Un mecanismo tecnológico que aporta nuevas formas de percibir las acciones del juego ha terminado por convertirse en una herramienta utilizada para legitimar los comentarios periodísticos sobre el partido y las opiniones de los espectadores.



La comprensión de los acontecimientos del juego depende en gran medida de lo observado en la pantalla del televisor. Muchas veces, cuando al término del encuentro se pregunta a los futbolistas sobre una determinada decisión arbitral, ellos mismos piden esperar a ver la jugada en televisión, antes de dar una respuesta.

La repetición multiangular ha hecho que otros deportes, como el fútbol americano, cambien sus reglas para aceptar que en el transcurso del partido un director técnico pueda solicitar al juez que revea una decisión a partir de la observación de una repetición. Si bien en el fútbol esta posibilidad aún no existe, algunas ligas permiten que un equipo, si se siente perjudicado por decisiones arbitrales o por actitudes

antideportivas del rival, pueda presentar ante un tribunal el video del encuentro como prueba, para decidir sanciones en una etapa posterior al partido. Por su parte, la FIFA sí ha aceptado el uso de la tecnología *hawk-eye* para permitir saber con exactitud si una pelota cruzó o no la línea del gol. Utilizada desde hace años en otros deportes, como el tenis, la “vista de halcón” permite observar una imagen tridimensional de la trayectoria de la pelota a través de al menos seis cámaras de alta definición ubicadas en diferentes ángulos del arco.

En este punto cabe regresar al concepto de *dentro/fuera* de campo. Lo que no aparece en el encuadre de una cámara termina por “no existir” para el espectador. Si

Foto: Gogo Lobato, AFP.

ninguno de los ángulos de cámara seleccionados pudo registrar una acción del partido, entonces hay menos información para emitir una opinión sobre ese hecho. Lo mismo sucede si el encuadre es desprolijo, la imagen poco nítida o el ángulo hace que espectador vea algo donde no hay nada. En el cine se utilizan ángulos que permiten falsear las peleas físicas entre dos actores. Estos se mueven como si hubieran sido alcanzados por un violento golpe de puño, cuando en realidad la mano pasó a una segura distancia de la cara del protagonista. El ángulo de cámara, por su ubicación estratégica, nos hace percibir como si hubiera existido contacto físico entre ambos. Entonces, ¿con cuánta certeza es posible afirmar a partir de una repetición que hubo una falta física, cuando es posible que sea el ángulo de cámara lo que da esa impresión al espectador? La variedad de ángulos no implica que en sus encuadres se perciba lo que en realidad sucede en cada situación de juego. Tampoco el ralenti de la acción.

Los nuevos estadios tienen pantallas gigantes donde se transmiten los mismos partidos que se desarrollan en sus canchas. El espectáculo televisivo se hace presente en la propia tribuna. La persona que se encuentra en el estadio ahora también puede ver el partido a través de la pantalla. Puede mirar la enorme imagen en busca de algún detalle que su punto de vista no le permite obtener por sí mismo. No obstante, la FIFA prohíbe que en esas pantallas se transmitan las repeticiones de las jugadas, lo que evidencia el peso que tiene este recurso en el marco de las transmisiones televisivas.

### **Las diversas experiencias del espectáculo televisado**

Al contrario de lo que se había pensado, la televisión no terminó con el placer de la observación grupal de un partido, sino que compuso nuevos ámbitos de participación para los espectadores. Se abrieron las puertas de los hogares y de los bares para ver los partidos. En vez de pagar la entrada, se paga una consumición. En encuentros de gran importancia se ubican pantallas

gigantes en lugares públicos para que las personas puedan acercarse a compartir con otras la transmisión televisiva. La tribuna ha mutado. Ya no solo es la grada del estadio. Son los sillones de la casa, la vereda frente a la vidriera de electrodomésticos o el mostrador del bar. Pero, en todos los casos, la experiencia del fútbol se logra a través de la pantalla de televisión.

En este contexto el estadio todavía mantiene su atracción. A tal punto que las pantallas gigantes se llegan a colocar en la parte posterior de las tribunas para que los espectadores que no ingresaron al estadio participen del partido con la máxima proximidad al campo de juego. La presencia física en el estadio mantiene su carácter único, pues vivir en cuerpo y alma el evento es algo que no puede dar la televisión, ni siquiera en una transmisión en directo.

Gracias a la televisación, como se dijo, los *puntos muertos* del juego han desaparecido. Cada momento en que el partido detiene sus acciones la televisión se encarga de llenarlo con una batería visual que comprende, entre otras posibilidades, difundir nuevas repeticiones de jugadas pasadas, planos de la tribuna o reacciones del banco de suplentes. Luego de convertido un gol surgen las repeticiones de variados ángulos, pero minutos más tarde se vuelve a pasar el mismo gol desde nuevas posiciones de cámara.

El producto televisivo aporta una nueva dimensión de contenidos al juego. La pantalla suele verse invadida por diversos datos que van desde la continua presencia de la hora de juego hasta sobreimpresos con los nombres de los jugadores. Las estadísticas marcan su presencia con gráficas que comunican el tiempo transcurrido del partido o la cantidad de faltas cometidas por un equipo. Las animaciones 3D acaparan la cancha con sus efectos y la transforman en un lienzo lleno de datos e información. Un lienzo que se reformula en un verdadero espacio virtual.

Se está contando un partido por los caminos más atractivos posible para el público. Los partidos televisados contienen acción, drama, tragedia, humor y, en algunos casos, hasta momentos épicos. Hay muy poca diferencia entre un duelo de vaqueros en el Lejano Oeste y un remate desde el punto de penal. Basta con observar cómo se presenta visualmente el enfrentamiento entre el golero y el rival. Las cámaras muestran la distancia entre ellos, la mirada fija entre ambos, la tensión por su inmovilidad y, como las campanadas de la iglesia del pueblo marcando la hora, se oye el silbato del juez dando la orden de ejecución. Jugadores, entrenadores y jueces son presentados uno a uno como verdaderos actores dramáticos.

En el estadio el espectador está frente a la totalidad, mientras que ante la pantalla se obtiene una unidad. Una unidad que no es total, aunque aparente serlo. El partido se fragmenta y se filtra por decisiones subjetivas y funcionales a una espectacularidad ajustada al medio televisivo y no al juego. El partido se adorna, se magnifica y se reconstruye. Existe una mediación que, aunque se pueda presentar como aséptica, no lo es. Todo se encuentra influenciado por la mirada de la cámara. Así lo define Gubern cuando sostiene que la selección de espacios ópticos por los encuadres y la elección intencional de los momentos que se deben registrar determina que no hay una neutralidad en la manipulación de la realidad (1987, p. 275).

Más aún, el presente inmediato depara nuevas experiencias en las transmisiones en directo del fútbol. En algunos sistemas de televisión por abonados, el espectador puede seleccionar con su control remoto el ángulo de cámara con el cual desea ver el partido o la repetición. También los dispositivos móviles han pasado a recibir el espectáculo televisivo en sus pantallas. La audiencia televisiva ya no tiene que estar quieta en un lugar para observar la transmisión en directo. *Laptops*, tabletas y celulares permiten ver el juego no

solo a la distancia, sino también en movimiento. La tecnología avanza y con ella el espectáculo de la televisación del fútbol se construye una y otra vez. ■■

#### Referencias bibliográficas

- Anaya Santos, Gonzalo (2008). *La esencia del cine, teoría de las estructuras*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.
- Benjamin, Walter (1989). *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires, Taurus.
- Burns, J. R. et al. (1984). *The Collected Works of Jeremy Bentham*. Oxford, The Clarendon Press.
- Bordwell, David (1995). *El significado del filme*. Barcelona, Paidós.
- Deleuze, Gilles (1987). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona, Paidós.
- Foucault, Michel (2002). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- González Requena, Jesús (1999). *El discurso televisivo: Espectáculo de la postmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- Gubern, Román (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Mascelli, Joseph V. (1973). *The Five C's of Cinematography*. Hollywood, Cine/Grafic Publications.
- Paoletti, John T. y Gari M. Radke (2002). *El arte en la Italia del Renacimiento*. Madrid, Akal.
- Sontag, Susan (2006). *Sobre la fotografía*. México, Alfaguara.
- Stam, Robert, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del Cine*. Barcelona, Paidós.
- Vilches, Lorenzo (1990). *La lectura de la imagen. Prensa, Cine, Televisión*. Barcelona, Paidós.

#### Referencias electrónicas

- Host Broadcast Services, [www.hbs.tv](http://www.hbs.tv)
- <http://www.hbs.tv/staff-orientation.html>
- [http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/funny\\_old\\_game/2260280.stm](http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/funny_old_game/2260280.stm)
- <http://www.live-production.tv/case-studies/production-facilities/preview-fifa-world-cup-brasil-2014.html>

# Confianza en los medios de comunicación y su relación con el nivel de institucionalización del sistema de partidos

## Análisis comparado en América Latina

Matías Ponce



Foto: Daniel García, AFP. Buenos Aires, octubre 2013.

## RESUMEN

El presente artículo tiene por objetivo describir la relación entre el nivel de institucionalización de los sistemas de partidos y la confianza que se tiene en los medios de comunicación como intermediarios del mensaje político, en dieciocho países de América Latina.

La metodología comparada se basa en datos del Barómetro de las Américas 2012, del *Latin American Public Opinion Project* (LAPOP) y del *Índice de institucionalización del sistema de partidos* de Jones (2005).

Se parte de los marcos teóricos clásicos respecto a comunicación política para proponer una asociación entre la confianza en los medios de comunicación y el nivel de institucionalización del sistema de partidos. Sin embargo, el rol que la teoría adjudica a los medios de comunicación como intermediarios del mensaje político entre la opinión pública y los partidos se cumple solo si la ciudadanía percibe que los actores políticos escuchan sus demandas.

**Palabras clave:** medios de comunicación, sistema de partidos, comunicación política, representación política, instituciones políticas.

## Introducción

El presente artículo tiene por objetivo explorar la relación entre el nivel de institucionalización de los sistemas de partidos y la confianza que se tiene en los medios de comunicación como intermediarios del mensaje político. Para ello se compara cómo se da esa relación en dieciocho países de América Latina.

Se parte del concepto de que una de las funciones de la democracia es la representación de los intereses de la ciudadanía (Cotta, 1986), para estudiar dos actores claves del proceso: los medios de comunicación y los actores que estructuran la oferta política, es decir, los partidos políticos.

Se propone que la confianza en los medios de comunicación debe ser analizada tomando en cuenta el nivel de institucionalización del sistema de partidos. Se plantea una mirada comparada entre sistemas de partidos, con alto y bajo nivel de institucionalización, y el nivel de confianza en los medios de comunicación, en cuanto intermediarios del mensaje político. Queda fuera de los límites de este artículo la correlación de carácter estadístico entre el nivel de institucionalización del sistema de partidos y la confianza en los medios de comunicación.

## ABSTRACT

*The goal of this article is describe the relationship between the level of institutionalization of party systems and the citizen trust in the media as intermediaries of political message in 18 countries in Latin America.*

*The comparative methodology is based on data from the Americas Barometer 2012 (Latin-American Public Opinion Project) and the Index of Party System Institutionalization of Jones (2005).*

*There's a dialogue with respect to classical theoretical frameworks for understanding political Communications, cause we draw an association between trust in the media and the level of party system institutionalization. However, the role that the theory ascribes to the media as a facilitator of the political message among the public and parties, it holds only if the public perceives that the political actors hear their demands.*

**Keywords:** *media, party system, political communication, political representation, political institutions*

Sin embargo, el rol que la teoría adjudica a los medios de comunicación como intermediarios del mensaje político entre la opinión pública y los partidos se cumple solo si la ciudadanía percibe que los actores políticos realmente escuchan sus demandas.

En este sentido, se puede hablar de procesos de comunicación política que aportan a una estabilidad de la democracia si los medios de comunicación revisten el nivel de confianza necesario en la ciudadanía, y si existe un sistema de partidos institucionalizado donde la competencia es estable y los partidos políticos son legitimados por la ciudadanía y los líderes políticos.

La metodología de investigación se basa en un estudio de carácter descriptivo que compara dieciocho países de América Latina, en función del trabajo con datos secundarios que miden el comportamiento de estas dos variables: por un lado, confianza en los medios de comunicación y, por otro, nivel de institucionalización y confianza en el sistema de partidos.

Con base en el análisis se genera una tipología de cuatro posibles casos que permiten ubicar a los países de América Latina según una alta o baja confianza en

**Matías Ponce::**

Departamento de Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay.

[gponce@ucu.edu.uy](mailto:gponce@ucu.edu.uy)

Recepción: noviembre 2013.

Aceptación: abril 2014.

los medios de comunicación, un alto o bajo nivel de institucionalización del sistema de partidos y la percepción respecto a si los partidos escuchan o no las demandas del electorado.

El recorte empírico solo incluye a los medios de comunicación masivos de carácter tradicional (radio, prensa y televisión), medidos de manera genérica en los datos de la encuesta *LAPOP*, por lo que se dejan fuera de este análisis los medios digitales de comunicación.

### La comunicación entendida como representación política

¡Nunca habíamos tenido tantos presidentes tan populares en América Latina! Todo, tal vez, se deba a que usan la comunicación como su estrategia fundamental, a que están cerca del pueblo y están haciendo la democracia "a su manera personal". Y es que la política se ha convertido en una arena mediática y una narrativa de pasión por el poder más que un asunto de programas, ideales ideológicos o construcción de ciudadanías democráticas.  
Rincón (2006, p. 5)

El análisis de la confianza en los medios de comunicación y los niveles de institucionalización del sistema de partidos se enmarca en el campo de la comunicación política.

La actividad política se puede definir como un intercambio de significados realizado entre un representante y un representado. Por ello, la comunicación es política, pues existe una pugna por los significados entre distintos actores. En ese sentido, la política es comunicación porque busca generar comunidad en el significado.

La comunicación política es "el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública" (Wolton, 1998, p. 14).

Cuando se hace mención a la comunicación política, se refiere a "la relación que mantienen gobernantes y gobernados (sujetos), en un flujo de mensajes ida y vuelta (objeto), a través de los medios de comunicación social y con el concurso de periodistas especializados en cubrir la información generada por las instituciones y los protagonistas del quehacer político (ámbito de la comunicación)" (Ponce, 2011, p. 255).

En la comunicación política, los medios de comunicación se definen como espacios de intermediación entre los actores político-partidarios y la ciudadanía. Los ciudadanos se vinculan con los políticos a través de los medios, y los políticos comunican a los medios lo que hacen al generar acontecimientos noticiosos que a su vez se transmiten a los ciudadanos.

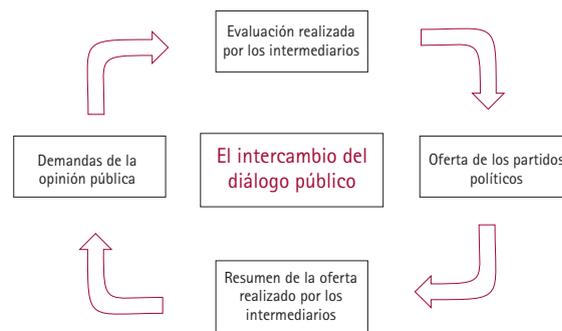
McNair (2012) señala la existencia de una realidad subjetiva que el ciudadano se forma por la interacción con el político vía los medios de comunicación, pero también existe la realidad construida, que es la selección realizada por los medios respecto a la oferta política.

En las sociedades contemporáneas la mediación política se convierte en un aspecto central de las democracias, porque a través de ella se concreta el proceso político, más allá de las elecciones.

Easton (1971) ejemplifica el funcionamiento del sistema político a partir de un conjunto de intercambios entre actores demandantes de soluciones a determinados problemas (electores) y quienes aspiran a solucionar esos problemas (elegidos). Esta visión sistémica de la democracia puede ser fácilmente trasladada a la comunicación política, porque el sistema político funciona como un diálogo permanente entre políticos y la opinión pública. No obstante, el énfasis está colocado en la incidencia que tienen los medios de comunicación al actuar como intermediarios en ese diálogo.

Cabe preguntarse, entonces, si el nivel de institucionalización del sistema de partidos puede hacer más fácil y

Figura 1: El sistema político como un intercambio de diálogos públicos



Fuente: Elaboración propia con base en Easton (1971).

funcional la representación política, y cuál es el rol de los medios de comunicación como intermediarios políticos.

La figura 1 muestra el doble rol que desempeñan los medios de comunicación en cuanto intermediarios de los procesos de comunicación política, tanto al transmitir las demandas de la opinión pública como al comunicar la oferta de los partidos políticos.

Si bien los medios de comunicación no son los únicos actores que cumplen un rol de intermediarios en la comunicación política, su papel en la fijación de los temas de los que pueden hablar otros intermediarios es trascendental.

Pitkin (1967) reflexiona respecto a qué condiciones o razones deben darse para que alguien se sienta representado. La representación política es la actividad de hacer presente nuevamente la perspectiva ciudadana en el proceso de elaboración de políticas públicas. La representación se alcanza cuando el actor político habla, evoca y simboliza la opinión de sus electores en la arena política. En términos políticos, el concepto de representación tiene dos dimensiones. La primera, desde una perspectiva *neohobbesiana*, es una autorización a que otro gobierne o ejerza autoridad en mi nombre con un propósito. La segunda implica una responsabilidad, y exige una rendición de cuentas al gobernante. Representar en este sentido significa

actuar en interés de los representados, atender sus necesidades y priorizar que no exista conflicto entre la voluntad de los representados y la acción política del representante.

La representación política puede definirse como una relación estable entre ciudadanos y gobernantes. En ella los segundos están autorizados a gobernar en nombre y siguiendo los intereses de los primeros, y están sujetos a una responsabilidad política por sus propios comportamientos frente a los mismos ciudadanos por medio de mecanismos institucionales electorales (Cotta, 1988).

Los medios de comunicación de masas ejercen el relato respecto a todo este proceso de representación. Por ello importa tanto estudiar cuál es el impacto que generan sobre la opinión pública.

### Los medios como un atajo para la comprensión de la política

La realidad se construye socialmente  
Berger y Luckmann (1968)

La bibliografía reciente sobre calidad de la democracia señala la falta de información de los votantes como uno de los males del sistema democrático. ¿Qué es una ciudadanía desinformada? En un primer vistazo se puede señalar que la ciudadanía informada está preocupada por los asuntos públicos y muy especial-

mente por la agenda de gobierno. La pregunta tiene especial vigencia cuando el ciudadano se convierte en decisor (*decision-maker*), como elector de sus representantes ante diversas instancias de gobierno: “¿Sabe usted lo que propone el candidato de su preferencia?”.

Para los estudios acerca de la opinión pública, una interrogante es: ¿Cómo los ciudadanos se informan al elegir entre una opción u otra? ¿A quién le otorgan la legitimidad de constituirse en sus informantes calificados?

Lupia (1994) mide cómo los votantes que no son informantes calificados (*enciclopédicos*, de aquí en adelante) toman determinados “atajos” para construir su opinión, basándose en señales y estímulos que reciben del medio en que se desenvuelven. El autor ensaya una epistemología de la *elección del elector*, al plantear que la forma en que los votantes superan su situación de ignorancia es la que determina cómo promueven sus intereses a través del acto de la votación. En este caso, ¿cómo se traducen sus aspiraciones, intereses, en una elección que canalice sus preferencias a través de una de las opciones? ¿Cómo se llega a ese proceso? Mediante atajos (*shortcuts*, accesos de vía rápida) para asignar a determinadas señales el significado correspondiente a sus intereses: los votantes utilizan accesos rápidos a la información.

La relación entre los intereses de cada votante y las opciones disponibles para establecer una preferencia sobre una de ellas es la máxima con que funciona la representación en democracia. Los votantes bien informados tienden a optimizar su voto con aquello que corresponde a sus intereses. Pero ¿todos los votantes están bien informados? ¿Los atajos siempre son tenidos en cuenta por los electores desinformados? Lupia concluye que los atajos no siempre ayudan a suplir la falta de información de los votantes, sino que son un supuesto para comprender cómo los votantes no informados pueden decidir como si lo estuvieran. Esto implica cuestionarse sobre el papel que cumplen los partidos políticos como fuentes tradicionales de

construcción de sentido. En este caso Lupia revela que los votantes no encuentran en sus partidos políticos una fuente de información. Tan solo imagínese lo que ello significa en términos de resignificación de los espacios políticos, en cuanto encargados de construir “fuentes de sentido” para la ciudadanía. El autor destaca la importancia de este hallazgo en la medida en que siempre se ha pensado que la ciudadanía codifica sus preferencias según las etiquetas partidarias a las que pertenezca, pero plantea la tendencia de reemplazo de los partidos políticos como fuente de información por otros espacios (medios de comunicación, grupos de pares, etcétera).

Ahora bien, si no se utilizaron las clásicas fuentes de información, ¿cuáles se utilizaron? La respuesta de Lupia toma el modelo de la comunicación estratégica conocido como *juego de señales*. En un juego de señales el informante provee la información que es relevante para el comúnmente desinformado tomador de decisiones. La información afecta la conducta del decisor, porque brinda una *señal* respecto a las consecuencias que tiene la elección de determinada opción.

Pero ¿el elector decide por las señales que se le envían? ¿Las señales incluidas en los mensajes siempre tienen un mismo efecto? ¿Ese efecto es controlable por el emisor? Aquí es cuando Lupia comprueba la relación entre el envío de señales en una campaña y la inferencia del voto que realiza el elector. Su planteamiento se basa en que los votantes uniformes tienden a buscar sus intereses en la información provista por los informantes, cuyas preferencias son similares en cuanto a los resultados. El objetivo del autor es la comparación entre electores informados, electores relativamente informados y electores desinformados.

Lupia concluye que los electores que poseían niveles relativamente bajos de conocimiento enciclopédico emularon el comportamiento de aquellos electores que tenían relativamente altos niveles de conocimiento

enciclopédico. El autor plantea que los votantes bien informados escogen las mejores decisiones posibles; entonces el hecho de que los votantes desinformados puedan emularlos sugiere que la disponibilidad de ciertos tipos de señales de la información permite a los votantes usar sus recursos limitados de manera eficiente para influir en resultados electorales, como si ellos se hubieran tomado el tiempo y hecho el esfuerzo necesario para adquirir la información.

La principal conclusión del autor es que

[...] mientras los eruditos proponen que se eduque al público sobre la política para disminuir el impacto de votos desinformados, un entendimiento más profundo de cómo la gente se adapta a la incertidumbre que caracteriza muchas de sus decisiones importantes sugiere que la dirección de los esfuerzos en la provisión de señales creíbles y extensamente accesibles pueda ser más efectiva y el modo eficiente de someter a las preferencias del electorado los resultados electorales (Lupia, 1994, p. 87).

La ruta está trazada y lleva a estudiar la construcción de sentido que realizan los electores en el momento de convertirse en decisores. Comprender ello significa comprender qué proceso está detrás de los sufragios que sostienen la representación política y, por ende, el régimen democrático.

La tensión se centra en la legitimidad que tienen los medios de comunicación ante la ciudadanía para evaluar a los actores políticos. Es decir, a diferencia de los primeros estudios sobre representación, que veían la “legitimidad” que tenían los actores políticos, ahora es necesario visualizar la legitimidad que tienen los medios de comunicación para cumplir con su rol de intermediarios en la comunicación política.

Sin embargo, pese a que los medios tienen un rol relevante como intermediarios, este se termina de

explicar cuando se comprende otra variable del sistema político: la institucionalización del sistema de partidos.

### La confianza en los partidos políticos. Nivel de institucionalización del sistema de partidos

Los sistemas de partidos institucionalizados también prevén mayores niveles de coherencia de las políticas, debido al fuerte papel desempeñado por los partidos en el reclutamiento político y los esfuerzos concertados de las élites políticas para promover (como una marca única política) y proteger el valor de la etiqueta del partido.<sup>1</sup>  
Jones (2005, p.13)

Un sistema de partidos estable e institucionalizado contribuye al fortalecimiento de la democracia: “Las condiciones que propician la inestabilidad de las preferencias ciudadanas dependen del grado en que prácticas o patrones estén bien establecidos y sean conocidos; es decir, de su institucionalización” (Maldonado, 2013, p. 3).

Se ha demostrado que altos niveles de institucionalización del sistema de partidos favorecen una mejor estructuración de la oferta política, así como una canalización más sencilla de la representación programática (Mainwaring y Montero, 2005).

Por su parte, Jones (2005) señala que es muy difícil, si no imposible, que exista un patrón de competencia programático en sistemas de partidos débiles. En sistemas de partidos poco institucionalizados es probable que el relato político se base más en características personales del líder o en plataformas populistas de corto plazo (Jones 2005).

En este sentido se plantea que en sistemas de partidos menos institucionalizados es mucho más difícil que el ciudadano pueda conectar sus preferencias con la oferta política del partido, ya que esas preferencias son inestables. Por ello, nuestra tesis propone que, en

1::

"Institutionalized party systems also provide for greater levels of policy consistency due to the strong role played by parties in political recruitment and the concerted efforts made by political elites to promote (as a unique policy brand) and protect the value of the party label" (la traducción es del autor del artículo).



sistemas de partidos poco institucionalizados, los medios de comunicación pueden cumplir el rol que deberían ocupar los partidos políticos. En vez de ser un intermediario —en términos de Wolton, entre el actor político y el ciudadano—, los medios se convierten en un actor que fija y marca agenda según sus propios intereses, más allá del mensaje de los líderes políticos.

Según Mainwaring y Scully (1995), la institucionalización del sistema de partidos puede reflejarse en cuatro dimensiones. La primera implica sistemas de partidos más institucionalizados, que gozan de estabilidad, y cuyas pautas de competencia son regulares y permanentes. En la segunda, los sistemas más institucionalizados presentan partidos con fuertes raíces en la sociedad, y los votantes tienen una fuerte conexión con los partidos.

Este componente es uno de los más importantes, en la medida en que el partido político se convierte en un actor relevante para la ciudadanía, tanto para canalizar sus intereses como para expresar sus ideas. Si los ciudadanos confían en los partidos políticos y tienen acceso a ellos, es probable que apoyen a un mismo partido elección tras elección, fortaleciendo así la estabilidad y reduciendo la volatilidad electoral. La existencia de compromisos entre la elite partidaria y el electorado se evidencia en los menores índices de volatilidad electoral, pues tanto el ciudadano como el representante saben que existe un acuerdo mutuo que se mantiene.

La tercera dimensión refleja el nivel de institucionalización del sistema de partidos en cuanto a la legitimidad que los actores políticos otorgan a los partidos. Si los propios actores políticos no toman en cuenta o no creen en la capacidad de los partidos para canalizar los intereses de la ciudadanía, entonces difícilmente estos tengan un rol estable y crítico en la democracia. Por más que se puedan levantar críticas contra el funcionamiento de los actores políticos, se comprende que a ellos corresponde canalizar la

demanda electoral y transformarla en políticas públicas: la oferta política.

Por último, la cuarta muestra que un sistema de partidos institucionalizado requiere que los partidos trasciendan a los líderes que los integran. Es decir, más allá de la presencia de un líder, la identidad partidaria no depende de una voluntad personal, sino de una construcción colectiva de identificación con determinados símbolos comunes.

La comunicación, en especial los procesos de significación colectiva respecto a determinados ideales comunes a un grupo político, desempeña un rol trascendental en este sentido.

En síntesis, las democracias con baja institucionalización en el sistema de partidos tienen las siguientes características: los patrones de competencia partidista son irregulares y el resultado electoral es menos predecible, la legitimidad del proceso y los actores políticos está en duda, las organizaciones partidistas son más precarias y generalmente dominadas por líderes personalistas y arreglos clientelares (Kitschelt, 2007; Mainwaring y Scully, 1995; Mainwaring y Torcal, 2006; Mainwaring y Zoco, 2007). Más aún, en estos sistemas los partidos se caracterizan por la debilidad o ausencia de raíces firmes en la sociedad y, por lo tanto, son ideológica y programáticamente difusos.

Altos niveles de institucionalización no significan que las preferencias del electorado se mantengan *congeladas*, pues necesariamente en democracia la incertidumbre respecto al ganador es un elemento constituyente del régimen de gobierno (Pzeworski, 1991).

En este sentido, la institucionalización del sistema de partidos depende de los intermediarios en la comunicación política entre los partidos y el electorado.

Varios autores señalan que la información —transmitida por partidos, candidatos y gobiernos y recibida por

los ciudadanos a través de distintos intermediarios (medios de comunicación, organizaciones sociales, conversaciones políticas)— es un elemento que ayuda no solo a formar las preferencias políticas, sino también a mantenerlas o transformarlas (Gunther et al., 2007; Magalhães, 2007). Otros autores consideran que este proceso de intermediación política sirve como estabilizador y anclaje de las preferencias políticas (Zuckermann et al., 1998). Buena parte de la literatura ha encontrado que el factor clave es el contenido partidista en la información transmitida: a mayor heterogeneidad o desacuerdo en la intermediación política, mayor probabilidad de que los ciudadanos modifiquen sus preferencias partidistas (Baker et al., 2006; Berelson et al., 1954; Lazarsfeld et al., 1944; Mutz, 2002; Pattie y Johnston, 2001).

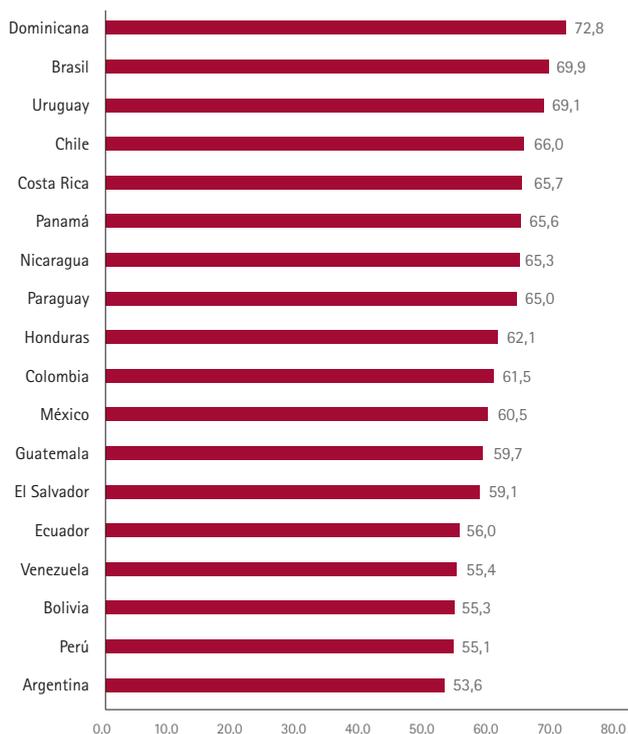
El nivel de institucionalización se explica en buena medida por el rol que cumplen los intermediarios del mensaje de los partidos políticos. En sistemas en que la identificación con los partidos políticos es baja, porque estos no cumplen un rol relevante por la alta volatilidad electoral o porque los líderes trascienden a los partidos, es necesario identificar cuál es la posición de los medios de comunicación. Puede ser que ellos asuman, desde la ciudadanía, un rol más preponderante que los propios partidos políticos como constructores del espacio público y, por ende, de la representación en la agenda pública. También puede ser que reproduzcan la desestructuración de la oferta política y de la inestabilidad del sistema político.

Muchas veces este rol asumido por los medios de comunicación en sistemas de partidos poco institucionalizados puede reforzar el carácter de inestabilidad y debilidad de los partidos políticos como actores relevantes. En sistemas de partidos institucionalizados, estos conviven con una alta confianza en los medios, pero aquí el rol que cumplen es de intermediarios y no de reemplazantes de los partidos políticos como representantes de intereses de la ciudadanía (aunque solo sea en términos discursivos).

Foto de la izquierda: Aizar Raldes, AFP. La Paz, mayo 2005.

Gráfico 1: Confianza en los medios de comunicación en América Latina (en porcentajes)

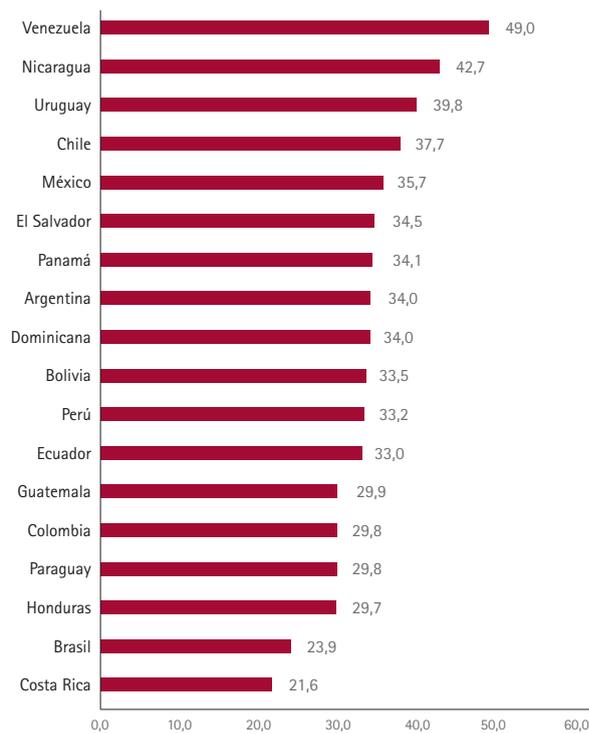
¿Hasta qué punto tiene usted confianza en los medios de comunicación?



Fuente: Barómetro de las Américas por LAPOP (2012).

Gráfico 2: Opinión respecto a si los partidos escuchan a la ciudadanía en América Latina (en porcentajes)

¿Qué tanto los partidos políticos escuchan a gente como usted?



Fuente: Barómetro de las Américas por LAPOP (2012).

### Confianza en los medios e institucionalización del sistema de partidos: análisis comparado

Cuando una sociedad favorece y protege el intercambio libre de ideas, y cuando los medios hacen uso de esa libertad, las élites y el público se benefician. Los medios pueden ser tanto un vehículo efectivo de críticas a las élites gobernantes como una herramienta vital a través de la cual las élites buscan apoyo para sus proyectos electorales. (Sen (1999, p. 23)

Para acercarse a la confianza en los medios de comunicación se utiliza el indicador del LAPOP que estudia la opinión de ciudadanos latinoamericanos respecto a diversos temas vinculados a la democracia. Uno de los ítems es la confianza que los ciudadanos mantienen en los medios de comunicación.

La confianza de los ciudadanos en los medios de comunicación es evidente en la región.<sup>2</sup> Sin embargo,

persisten algunas diferencias, cuya explicación puede ser apoyada desde el nivel de institucionalización del sistema de partidos.

La pregunta realizada a los ciudadanos latinoamericanos es: ¿Hasta qué punto usted confía en los medios de comunicación?

En el gráfico 1 se puede ver que los niveles de confianza varían entre un mínimo de 53,6 en Argentina y un máximo de 72,8 en República Dominicana.

Acerca del nivel de institucionalización del sistema de partidos, tomamos el índice diseñado por Jones en el año 2005, en función de lo planteado por Mainwaring y Scully en 1995. Si bien los datos del LAPOP son más recientes, la estabilidad del sistema de partidos es una variable de más largo plazo, por lo que es válido tomar uno de los datos más recientes del índice de Jones, que es del año 2005 (cuadro 1).

2:: Los datos de la encuesta están en [www.vanderbilt.edu/lapop/survey-data.php](http://www.vanderbilt.edu/lapop/survey-data.php)

Cuadro 1: Índice de institucionalización del sistema de partidos en América Latina

	Índice	Volatilidad electoral	Raíces partidistas en la sociedad	Legitimidad de partidos y elecciones	Organización de los partidos
Uruguay	76	84	73	51	97
Dominicana	74	75	75	50	98
Nicaragua	70	84	62	34	98
Honduras	68	94	66	40	74
México	67	88	62	33	85
Panamá	67	77	66	41	83
El Salvador	66	90	62	35	78
Chile	65	95	49	40	77
Paraguay	64	79	82	32	65
Argentina	62	74	46	34	94
Costa Rica	61	77	62	40	67
Colombia	60	89	49	30	73
Brasil	59	80	49	40	66
Bolivia	56	66	60	26	72
Venezuela	55	60	47	42	73
Perú	53	51	54	34	75
Ecuador	53	73	53	23	62
Guatemala	48	58	45	34	58

Fuente: Jones (2005).

Cuadro 2: Índice de institucionalización del sistema de partidos y confianza en los medios de comunicación en América Latina

	Índice de institucionalización	Confianza en los medios de comunicación
Uruguay	76	69,1
Dominicana	74	72,8
Nicaragua	70	65,3
Honduras	68	62,1
México	67	60,5
Panamá	67	65,6
El Salvador	66	59,1
Chile	65	66,0
Paraguay	64	65,0
Argentina	62	53,6
Costa Rica	61	65,7
Colombia	60	61,5
Brasil	59	69,9
Bolivia	56	55,3
Venezuela	55	55,4
Perú	53	55,1
Ecuador	53	56,0
Guatemala	48	59,7

Fuente: LAPOP (2012) y Jones (2005).

Si se compara el comportamiento de ambas variables, según lo que indica el cuadro 2, se advierte una tendencia a que los países que manifiestan amplia confianza en los medios de comunicación tengan altos niveles de institucionalización del sistema de partidos.

La correlación entre el comportamiento de ambas variables puede calcularse mediante la fórmula de R de Pearson con el objeto de estudiar la incidencia que el nivel de institucionalización del sistema de partidos tiene como variable antecedente de la confianza en los medios de comunicación.

El cálculo de correlación de R de Pearson señala para ambas variables un valor de 0,65, lo que muestra que a mayor institucionalización del sistema de partidos se encuentra mayor confianza en los medios de comunicación. De la combinación entre ambas variables resultan cuatro grupos de países que se distribuyen tal como lo señala el cuadro 3.

Para el desarrollo de la función democrática de los partidos políticos es necesario que la ciudadanía confíe en los medios de comunicación como actores intermedarios. Si los medios de comunicación pueden ejercer el rol de intermediarios, dado que se confía en ellos, entonces se refuerza la estabilidad del sistema de partidos.

Por otro lado, la estabilidad del sistema de partidos facilita la construcción del relato de los medios de comunicación respecto a la política. Pero ¿el rol de los medios de comunicación facilita o ayuda a la tarea de representación de los partidos?

Si se cruza la confianza en los medios de comunicación con la opinión respecto a si “los partidos escuchan a la ciudadanía” (gráfico 2), se puede replantear el rol que desempeñan los medios de comunicación según el nivel de institucionalización del sistema de partidos en América Latina.

Cuadro 3: Países de América Latina según nivel de institucionalización del sistema de partidos y confianza en los medios de comunicación

	Alto nivel de institucionalización del sistema de partidos (índice mayor de 50)	Bajo nivel de institucionalización del sistema de partidos (índice menor de 50)
Alto nivel de confianza en los medios de comunicación (porcentaje mayor de 56)	Uruguay, República Dominicana, Nicaragua, Honduras, México, Panamá, El Salvador, Chile, Paraguay, Costa Rica, Colombia, Brasil	Guatemala
Bajo nivel de confianza en los medios de comunicación (porcentaje menor de 56)	Argentina	Bolivia, Venezuela, Perú, Ecuador

Fuente: Elaboración propia con base en LAPOP (2012) y Jones (2005).

Cuadro 4: Países de América Latina según nivel de institucionalización del sistema de partidos junto con confianza en los medios de comunicación, y opinión de si los partidos políticos escuchan a la ciudadanía

	Alto nivel de institucionalización del sistema de partidos y de confianza en los medios de comunicación	Bajo nivel de institucionalización del sistema de partidos y de confianza en los medios de comunicación
Los partidos políticos escuchan a la ciudadanía (más del 35%)*	Uruguay, Nicaragua, México, Chile	Venezuela
Los partidos políticos no escuchan a la ciudadanía (menos del 35%)	Panamá, El Salvador, República Dominicana, Honduras, Paraguay, Costa Rica, Colombia, Brasil	Bolivia, Perú, Ecuador

Fuente: Elaboración propia con base en LAPOP (2012) y Jones (2005).

\* El corte en 35% se realiza de manera intencional como categorización conceptual, según la distribución de casos cercana a la mediana.

El cuadro 4 presenta el cruce entre lo que se ve en el cuadro 3 y el gráfico 2; relativiza la correlación hallada entre los niveles de institucionalización del sistema de partidos y la confianza en los medios de comunicación. La percepción de que los partidos escuchan a la ciudadanía da cuenta de cómo se percibe el cumplimiento de la representación de los intereses del electorado por los actores políticos.

Cuando la opinión respecto a si los partidos escuchan a la ciudadanía se cruza con el alto nivel de institucionalización del sistema de partidos y confianza en los medios de comunicación, la distribución de los casos cambia sustancialmente.

En este sentido, la explicación respecto a si la institucionalización del sistema de partidos incide sobre la confianza en los medios de comunicación como

intermediarios se aísla por la percepción de la opinión pública respecto a si los partidos escuchan a la ciudadanía. Los medios cuentan con la confianza de la ciudadanía, pero no en todos esos sistemas la ciudadanía tiene la percepción de que los partidos la escuchan. Para la opinión pública, en esos casos, los medios no transmiten la sensación de que los partidos políticos escuchan a la ciudadanía.

A efectos del análisis se realizó un corte en 35% (sin considerar el intervalo de confianza) en los valores de creencia en que los partidos políticos escuchan. De por sí, los datos que arroja el gráfico 2 muestran niveles bajos de esta creencia, pero se considera especialmente complicado por debajo de un tercio aproximado (35%).

Solo en Uruguay, Nicaragua, México y Chile podemos hablar de altos niveles de institucionalización del

sistema de partidos junto con alta confianza en los medios de comunicación y la creencia en que los partidos políticos escuchan a la ciudadanía. En estos casos, existen precondiciones institucionales para un buen desempeño democrático, además de que existe confianza en los medios y a través de estos se percibe que los partidos políticos escuchan a la ciudadanía, es decir, cumplen con uno de los requisitos básicos de la comunicación política.

Panamá, El Salvador, República Dominicana, Honduras, Paraguay, Costa Rica, Brasil y Colombia tienen altos niveles de institucionalización del sistema de partidos y alta confianza en los medios de comunicación, pero persiste en ellos la creencia de que los partidos no escuchan a los ciudadanos. En este caso, los medios de comunicación podrían eventualmente cumplir la función de representación de los intereses de la ciudadanía que en principio corresponde a los partidos.

Por su parte, Bolivia, Perú y Ecuador reúnen bajos niveles de institucionalización, baja confianza en los medios de comunicación y baja creencia en que los partidos políticos escuchan a la ciudadanía. En estos sistemas es difícil que los medios cumplan el rol de intermediarios de los mensajes brindados por los partidos políticos, por varios motivos. En primer lugar, el bajo nivel de institucionalización del sistema de partidos hace que las ofertas de los partidos sean inestables. En segundo lugar, los medios no son un actor legitimado en materia de comunicación política ni tampoco lo son los partidos políticos.

### Conclusiones

El nivel de institucionalización del sistema de partidos es una variable que se asocia con la confianza en los medios de comunicación. Sin embargo, no es posible ni aseverar que existe una relación directa entre ambas variables ni matizar estadísticamente dicha relación, si se incluye la variable “la ciudadanía percibe que los partidos políticos la escuchan”. Cabe pensar que en

sistemas de partidos estables existen precondiciones para que la ciudadanía confíe en los medios de comunicación, pues este es uno de los requisitos de una sana democracia.

Además, la confianza en los medios de comunicación es un requisito necesario para que los medios de comunicación cumplan el rol de intermediarios de la comunicación política, tal como lo plantean varios autores (Baker et al., 2006; Berelson et al., 1954; Lazarsfeld et al., 1944; Mutz, 2002; Pattie y Johnston, 2001).

No obstante, esta asociación se comprende mejor cuando se evalúa cuál es la percepción de la ciudadanía respecto a si los partidos políticos escuchan a la opinión pública. En este sentido, hay sistemas más integrados entre niveles de institucionalización partidaria alta, confianza en los medios y creencia de que los partidos políticos escuchan a la ciudadanía. Estos sistemas, por lo tanto, se constituyen como espacios políticos virtuosos para una mejor representación política. En ellos, los tres actores relevantes de la comunicación política cumplen cada uno el rol que los clásicos de la comunicación política le adjudican (modelo de Wolton). Los medios de comunicación tienen el respaldo de la ciudadanía. Se dan las condiciones institucionales para que los partidos políticos sean estables y estructuren su oferta programática más allá de los liderazgos temporales. Y, por último, en la ciudadanía existe la percepción de que los partidos políticos la están escuchando.

En la figura 1 se hace mención al funcionamiento del sistema político como un diálogo fluido entre estos tres actores, en el que cada uno cumple su rol en términos de Mc Nair (2012) y Wolton (1998).

Sin embargo, cabe preguntarse aún por la realidad de los países en los que, por más que existan altos niveles de institucionalización del sistema de partidos y alta confianza en los medios de comunicación, la opinión pública no percibe que los partidos políticos escuchen

sus necesidades. Esta parece ser la gran encrucijada respecto a los estudios de comunicación política, pues hay confianza en los medios pero no en los partidos, aunque estén dadas las condiciones institucionales para que sí la haya.

Quedan por responder varias interrogantes: ¿En estos sistemas los medios cumplen un papel que reemplaza a los partidos políticos en la función de representación? ¿Los medios de comunicación dejan de ser intermediarios para asumir posiciones de representación de intereses específicos? ¿Coinciden estos casos con sistemas de partidos en los que se ha dado una confrontación entre el *staff* político y los medios de comunicación? ¿Hay evidencia en estos países respecto a la existencia de crisis de democráticas y enfrentamiento entre el gobierno y los medios de comunicación?

En el tercer grupo, donde no existen ni elevados niveles de institucionalización del sistema de partidos ni tampoco alta confianza en los medios de comunicación, cabe preguntarse acerca de la independencia de los medios de comunicación respecto a los líderes que acaparan el poder por un plazo determinado, característica propia de este tipo de sistemas.

Si bien quedan más interrogantes que respuestas respecto al objetivo inicial, la invitación es a plantearse nuevas posibles respuestas a viejas preguntas. Este artículo invita a que la investigación continúe en función del análisis de cada uno de los países de la región, haciendo especial énfasis en el rol que adoptan los medios de comunicación como intermediarios entre actores políticos y opinión pública, desde el análisis del discurso. ¿Cómo estructuran los medios la oferta política del gobierno y de la oposición? ¿Cómo representan los intereses de la ciudadanía? ¿Qué intereses de poder están detrás del perfil editorial de los medios de comunicación en cada país?

Con este artículo se propone un marco inicial para continuar la discusión en materia del rol de los medios

de comunicación en la calidad de la democracia en América Latina. Según lo plantean Canel y Sanders (2013) en la más reciente revisión del *Handbook of Political Communication*, es necesario seguir estudiando las influencias entre el gobierno, la prensa y la opinión pública. ■■

#### Referencias bibliográficas

- Baker, Andy, Barry Ames y Lucio Rennó (2006). "Social Context and Campaign Volatility in New Democracies: Networks and Neighborhoods in Brazil's 2002 Election", *American Journal of Political Science*, vol. 50, pp. 382-399.
- The Americas Barometer by the Latin American Public Opinion Project (LAPOP), [www.LapopSurveys.org](http://www.LapopSurveys.org)
- Béjar, Luisa. "Democracia y representación parlamentaria en México", *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 60, núm. 2, abril-junio, pp. 289-305.
- Berelson, Bernard, Paul F. Lazarsfeld y William N. McPhee (1954). *Voting: A Study in Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago, The University of Chicago Press.
- Berger, P. L. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Canel, María José (2010). "Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión", *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, núm. 1, pp. 7-48.
- Colunga, D. Z. (2012). Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2012. Recuperado de <http://www.vanderbilt.edu/lapop>
- Cotta, Mauricio (1998). "Parlamentos y representación", en *Manual de ciencia política*. Alianza, Madrid.
- Easton, D. (2006). *Esquema para el análisis político*. Madrid, Amorrortu.
- Gunther, Richard, y José Ramón Montero (2001). "The Anchors of Partisanship: A Comparative Analysis of Voting Behavior in Four Southern European Democracies", en P. Nikiforos Diamandouros y Richard Gunther (eds.), *Parties, Politics, and Democracy in the New Southern Europe*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero y Joan Botella (2004).

- Democracy in Modern Spain*. New Haven, Yale University Press.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero y Hans Jürgen Puhle (2007). "Intermediation, Information, and Electoral Politics", en Richard Gunther, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle (eds.). *Democracy, Intermediation and Voting on Four Continents*. Nueva York, Oxford University Press, pp. 29-74.
- Jones, M. P. (2005, February). *The role of parties and party systems in the policymaking process*. In Inter-American Development Bank Workshop on State Reform, Public Policies and Policymaking Processes. IADB, Washington (DC).
- Johnson, Karen, y Gary Copeland (2004). "Persuasion and Propaganda", *Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence*. Oxford, Rowman & Littlefield.
- Kitschelt, Herbert, y Steven Wilkinson (2007). *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Kitschelt, Herbert, et al. (2008). "Conclusion", en *The Programmatic Structuration of Latin American Party Systems* (manuscript submitted to Cambridge University Press, March 2).
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson y Hazel Gauder (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Nueva York, Columbia University Press.
- Lupia, A. (1994). "Shortcuts versus encyclopedias: Information and voting behavior in California insurance reform elections", *American Political Science Review* 88. 01, pp. 63-76.
- Mainwaring, Scott, y Timothy R. Scully (1995). "La institucionalización de los sistemas de partidos en América Latina", *Revista de Ciencia Política XVII (1-2)*, pp. 63-102.
- Mainwaring, Scott, y Mariano Torcal (2009). "La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora", *América Latina Hoy* 41, pp. 141-173.
- Maldonado, Gerardo (2013). "Institucionalización de sistema de partidos, anclaje del voto e intermediación política: España, México y Uruguay en perspectiva comparada" (ponencia presentada en II Congreso de Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales [ALICE], Toluca, México).
- McNair, Brian (2012). *An Introduction to Political Communication*. Londres, Routledge.
- Mutz, Diana C. (2002). "Cross-cutting Social Networks: Testing Democratic Theory in Practice", *American Political Science Review*, vol. 96, pp. 111-126.
- Pattie, Charles P., y Ron J. Johnston (2003). "Talk as a Political Context: Conversation and Electoral Change in British Elections, 1992-1997", *Electoral Studies*, vol. 20, pp. 17-40.
- Pitkin, H. F. (1967). *The concept of representation*. California, University of California Press.
- Ponce, Matías (2010). "El aporte de las comunicaciones a la gobernabilidad democrática en Uruguay". *Comunicación y medios en las Américas: Entre la gobernanza y la gobernabilidad*. Red Orbicom-UNESCO, s.d., pp. 45-56.
- Ponce, Matías (2011). "Comunicación, gobernabilidad y democracia: Argentina, Chile y Uruguay". *Política y comunicación: Democracia y elecciones en América Latina*. Lima, Departamento Académico de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica del Perú, pp. 255-285.
- Ponce, Matías (2013). "Uruguay, desde el Olimpo y desde el llano: las comunicaciones de los gobiernos de Vázquez y Mujica en Uruguay 2005-2011", en Matías Ponce y Omar Rincón (coords.). *Caudillismo, e-política y teledemocracia. Comunicación de gobierno en América Latina*. Montevideo, Fin de siglo, pp. 209-231.
- Przeworski, Adam (1995). "Las restricciones económicas en las transiciones políticas", *Revista Internacional de Filosofía* núm. 6, pp. 52-69.
- Semetko, Holi, y Margaret Scammell (2012). *The SAGE Handbook of Political Communication*. Londres, Sage Publications.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford, Oxford University Press.
- Wolton, D. (1998). "Las contradicciones de la comunicación política", en *InComunicación y política*. Barcelona, Gedisa, pp. 110-130.
- Zuckermann, Alan, Lawrence A. Kotler-Berkowitz y Lucas Swaine (1998). "Anchoring Political Preferences: The Structural Bases of Stable Electoral Decisions and Political Attitudes in Britain", *European Journal of Political Research* vol. 33, pp. 285-321.



Foto: Pablo Porciúncula. Copán, Honduras, julio 2007.

## Arte y corporeidad, una apuesta para el diálogo intercultural

Magda García von Hoegen

## RESUMEN

En contextos sociales complejos, donde existen múltiples visiones de vida, procedencias étnicas, sectores sociales que aún no han podido integrarse ni llegar a conocerse, se hace necesario repensar los procesos comunicativos tomando como punto de partida el ser humano integral.

El conocimiento maya aporta a ello el concepto del *Jun Winäq*, la persona plena en todas sus dimensiones. Este elemento permite crear nuevos puentes de diálogo en los que exista interacción profunda entre personas diversas.

En este sentido, el presente trabajo propone el arte como plataforma de comunicación que toma en cuenta las áreas emocionales y espirituales humanas, además de las elaboraciones mentales. Desde la corporeidad como código, se parte de los supuestos de que el cuerpo va delante de los procesos intelectuales y que existe una mente encarnada que brinda elementos importantes para superar estadios de confrontación y construir relaciones solidarias.

A través de la danza como camino entre nodos de redes comunitarias, música como praxis social, teatro como vía para la encarnación de lo diverso y escritura como puente entre intertextualidades, se desarrolla un proceso de creación artística con jóvenes de Alta Verapaz, Guatemala. En las obras artísticas producidas, se plasman sus propuestas para la convivencia ante los desafíos actuales.

**Palabras clave:** cultura, interculturalidad, diálogo, convivencia, arte, redes, corporeidad, somática, plurilógicas, conocimiento maya.

## ABSTRACT

*In complex contexts where are multiple visions of life, ethnicities and social sectors that have not yet been integrated, is necessary to rethink the communicative processes taking the whole human being as a starting point.*

*The Mayan knowledge provides the concept Jun Winäq that means the whole person in all dimensions. This element gives bases to create new spaces for dialogue, including deep interactions in social diversity.*

*This paper focuses on art as a communication platform, which takes into account the emotional and spiritual human aspects, besides the mental elaborations. From corporeity as a code, it is assumed that the body goes beyond the intellectual processes; an embodied mind exists, and provides important elements to overcome confrontation, and build supportive relationships.*

*Through dance as a path between nodes of community networks, music as social praxis, theater as an experience of otherness, and writing as a bridge between intertextualities, this research develops a process of artistic creation with youth from Alta Verapaz, Guatemala. From this space and the artistic works produced, boys and girls express their proposals for coexistence, facing the current social challenges.*

**Keywords:** culture, interculturality, dialogue, coexistence, art, networks, corporeity, somatic, Mayan knowledge.

Magda García von

Hoegen:

Instituto de Estudios Humanísticos, Universidad Rafael Landívar, Guatemala  
magarciav@url.edu.gt

Recepción: diciembre 2013.

Aceptación: abril 2014.

## Huellas de la historia en los cuerpos

Es cierto que a nosotros nos sucedió esta violencia en nuestro lugar, ya no queremos que vuelva a suceder en los días que vienen frente a nosotros [...] Ya no queremos que vuelva a suceder, ya no queremos que les suceda a nuestros hijos. (ODAHG, declarante 6, 1997)

Borro de mi cuerpo la muerte y el signo de la violencia, los símbolos de tristeza. Cómo quisiera que todo eso se borrara de la vida. Borré la desigualdad porque quiero que todos me quieran como soy. (Joven Tactic, Alta Verapaz, 2013)

La primera frase fue expresada por una habitante de Jolomuch, comunidad situada en Alta Verapaz, Guatemala, en un testimonio brindado a la comisión encargada de la elaboración del informe para el Proyecto Interdiocesano de Recuperación de la Memoria Histórica (REMHI). Dicho testimonio hace referencia a los hechos de violencia vividos entre los años 1982 a 1985, período en que fueron más fuertes las políticas de terror implementadas por el Estado durante la guerra interna.

Parece que el tiempo se ha detenido y, con palabras similares, una joven del municipio de Tactic, Alta Verapaz, en 2013 expresa la misma súplica por el cese de la violencia. Aunque hoy ya no se vive el terror como política de Estado, este sigue presente por otras causas, como el crimen organizado, el narcotráfico y la violencia común.<sup>1</sup> Al final, el mensaje de ambas mujeres es el mismo: una contundente exigencia de que cese el irrespeto por la vida.

Las dos expresiones anteriores evidencian que el país aún no ha superado las causas estructurales que históricamente han provocado pobreza, división y enfrentamiento; también sacan a luz la necesidad de construir puentes de diálogo y convivencia que permitan establecer lazos de confianza y reciprocidad. Esto es muy complejo en un contexto donde la diversidad apenas se vislumbra como un factor que potencia el desarrollo integral de los habitantes del país. Es un entorno aún marcado por el hermetismo, la desconfianza y el miedo, consecuencias de treinta y seis años de enfrentamiento.

### 1::

A partir del análisis de noticias publicadas en medios nacionales y departamentales, se da seguimiento a las problemáticas sociales de la región. Desde el 2009, se detectó la presencia de Los Zetas, grupo mexicano. En el año 2010, el gobierno de Álvaro Colom decretó estado de sitio en Alta Verapaz. La situación fue aparentemente superada; sin embargo, las redes de narcotráfico y crimen siguen operando. Una serie de violaciones a niñas de entre 12 y 19 años, principalmente en Cobán y Tactic, encendieron la alerta. Dada la falta de credibilidad de las instituciones del Estado ante los pobladores, los miembros de diversas comunidades han tomado el ejercicio de justicia por sus manos. Entre 2012 y 2013, se registraron dos linchamientos, uno en el municipio de Tactic y otro en Cobán. En las referencias bibliográficas, se encuentran las principales noticias recabadas en medios de comunicación escritos.

El presente trabajo pretende construir plataformas integrales de diálogo que, mediante el arte y la corporeidad como código comunicativo, contribuyan a la reconstrucción de microtejidos sociales.

El 29 de diciembre de 1996 se consolida la firma de los Acuerdos de Paz Firme y Duradera. El tercer punto sustantivo de dichos acuerdos se refiere a la identidad y a los derechos de los pueblos indígenas y establece este aspecto como fundamental y de trascendencia histórica para la construcción del presente y del futuro del país. Asimismo, se reconoce a Guatemala como nación pluriétnica, multilingüe y pluricultural (COPREDEH, 1998).

A casi veinte años de la firma de estos acuerdos, Guatemala aún tiene mucho camino por recorrer para convertirse en una sociedad incluyente, tanto en las relaciones de la vida cotidiana como en las políticas públicas y decisiones de Estado.

Ante el panorama planteado, cabe preguntarse qué papel cumple la comunicación como disciplina cuya misión es la construcción de puentes de diálogo y qué plataformas pueden establecerse como base para un proceso de acercamiento entre culturas y pensamientos diversos.

Para la investigación en curso, que se encuentra en fase final de trabajo de campo, se decidió trabajar con jóvenes de entre 15 y 19 años de edad, todos nacidos en la coyuntura de la firma de los Acuerdos de Paz. El estudio se desarrolla en el departamento de Alta Verapaz, al norte de Guatemala.

Dicho departamento es complejo en cuanto a su composición étnica, porque conviven diversos grupos mayas. Los grupos mayoritarios son el *q'eqchi'* y el *pocomchí*, pero también hay presencia de *achís*, además de grupos indígenas que han migrado a la región y otros que volvieron retornados a Guatemala

luego del conflicto interno. La región también tiene población mestiza y descendientes de extranjeros asentados en este territorio desde el siglo XIX. Estadísticamente, la composición étnica de la población tiene las siguientes proporciones: 79,9% de población *q'eqchi'*, 10,9% *pocomchí*, 7,4% mestizo y un 1,7% clasificado como *otros* (Arriola y Escobar, 2010).

Los jóvenes, sujetos de estudio de esta investigación, confluyen en el municipio de Tactic, de población mayoritaria *pocomchí*, donde se forman para ser maestros. Sin embargo, en la institución educativa a la que asisten conviven con jóvenes provenientes de diversas comunidades de Alta Verapaz. Se consideró idóneo trabajar con este grupo porque es representativo de la diversidad cultural y étnica.

Se trabajó con noventa y tres jóvenes, divididos en cuatro áreas artísticas: escritura, teatro, música y danza.<sup>2</sup>

La complejidad de la convivencia en la región no se reduce a las generalizaciones que surgen a primera vista: la dicotomía mestizo-indígena. Históricamente en el territorio de Alta Verapaz, el grupo indígena con mayor fuerza y dominio ha sido el *q'eqchi'*. Los grupos *pocomchís* han desarrollado estrategias identitarias para mimetizarse con el grupo indígena dominante. Sin embargo, al profundizar en el concepto de sí mismos, reivindican y valoran su identidad como grupos diferenciados.

En Alta Verapaz han recrudecido las acciones violentas contra jóvenes vulnerables, especialmente mujeres. En este entorno, los jóvenes construyen su visión de presente y futuro no solo en las coyunturas locales, sino a través de la tecnología, que les permite un constante contacto con realidades propias y externas. Este contexto social e histórico tan complejo presenta grandes desafíos para establecer puentes de diálogo y de conocimiento del otro cultural, en espacios donde el prejuicio, la reserva y la estigmatización se hayan superado.

2::

El grupo de escritura se conformó por 10 varones y 14 mujeres; de ellos, 10 eran mestizos y 14 indígenas (2 *q'eqchi'*, 2 *achí* y 10 *pocomchí*), y la franja etaria predominante fue entre los 15 y los 16 años (16 individuos). El grupo de teatro estuvo integrado por 8 varones y 18 mujeres; 22 eran indígenas mayoritariamente *pocomchí* (12); 11 participantes tenían 17 años y 6 tenían 16 años de edad. El grupo de música tuvo 4 varones y 12 mujeres, en total 11 indígenas, de los cuales 10 pertenecían al grupo étnico *pocomchí*; 4 participantes tenían 16 años y 5, 18; los demás se distribuían entre los 14 y los 40 años de edad. El grupo de danza fue el más numeroso y contó con mayoría de mujeres (23 y solo 4 varones); las edades predominantes fueron de 15 a 17 años, y, de los 20 participantes indígenas, 17 eran del grupo étnico *pocomchí*.

Guatemala todavía está en transición de sanarse como sociedad. Existen desafíos importantes para encontrar puntos convergentes entre sectores polarizados y definir objetivos comunes, que se traduzcan en acciones de reconciliación y convivencia:

La reconciliación no es el olvido para que los recuerdos no dañen, ni es el perdón para ignorar agravios. Sin memoria no hay futuro ni identidades ciertas. [...] No se puede olvidar lo que no se conoce ni perdonar sin saber a quién se perdona. La reconciliación es el restablecimiento de las redes naturales de cohesión social en el seno de la comunidad, el regreso al fuero íntimo de las relaciones sociales de cooperación, de ayuda mutua, fraternidad. Es lo que se llama la “recuperación del tejido social” (Torres Rivas, 2007, p. 34).

La reconciliación, como proceso fundamental de los Acuerdos de Paz y como elemento central para la reconstrucción del tejido social, es un asunto pendiente para el Estado y la ciudadanía. En ese sentido, el presente trabajo se enfoca en el fortalecimiento de microtejidos sociales, toma la corporeidad como punto de partida y el arte como proceso de diálogo, para generar acciones concretas de transformación individual y colectiva.

Según Gularte (2009), el ejercicio de la comunicación en Guatemala plantea retos importantes; uno de ellos, construir diálogo en una sociedad de posguerra, donde el enfrentamiento anuló la confianza entre sus miembros. Esto trajo como consecuencia una cultura de miedo, que se manifiesta hoy tanto en la falta de libre expresión como en las resoluciones violentas de conflictos.

Otro desafío es la construcción de la comunicación en una sociedad donde se enraízan el racismo y la discriminación. Si bien la Constitución expresa que

“en Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos” (artículo 4) y “reconoce el derecho de las personas y de las comunidades a su identidad cultural de acuerdo a sus valores, su lengua y sus costumbres” (artículo 58), el país aún tiene mucho que recorrer para erradicar el rechazo a la diferencia en las realidades cotidianas y para lograr espacios de convivencia en la diversidad.

Gularte (2009) también sostiene que es necesario crear estrategias de diálogo en un país que enfrenta altos grados de pobreza, desinformación y centralización del poder. La comunicación debe contribuir a la transformación de actores en sujetos sociales, capaces de crear procesos de desarrollo endógeno y redes de cooperación, cohesión entre sus miembros y habilidades de negociación con sus autoridades.

Asimismo, dicho autor plantea la necesidad de construir procesos comunicativos que tomen en cuenta la globalización y las nuevas tecnologías, y al mismo tiempo mantengan la identidad propia.

### Raíces conceptuales

Hacemos nuestro tejido existencial agarrados de los hilos guiadores que enmarcan nuestro actuar humano. (Chochoy et al., 2007, p. 125)

Para la búsqueda de plataformas de diálogo se toman como punto de partida los conceptos convergentes entre el pensamiento maya y las teorías sobre visión simbólica de la cultura. Si se habla de diversidad de pensamiento y de cosmovisión, no es posible adoptar solamente fundamentos teóricos provenientes de la cultura occidental.

Se hace necesario indagar qué aporta el conocimiento maya en cuanto a su manera de concebir el tiempo y el ser humano. Este trabajo pretende poner en diálogo elementos teóricos de distintas perspectivas culturales.

Para ello se analiza la propuesta de las “plurilógicas”. Mignolo (2006), desde esta perspectiva, cuestiona la intención de absolutizar el saber, la pretensión de un pensamiento único, propio del período colonial del siglo XVI, que valida el conocimiento desde los criterios de la postura occidental. Como contrapropuesta, plantea el concepto de “geopolítica del conocimiento”.

Sobre el concepto anterior, sostiene que existen otras epistemologías que responden a las particularidades del territorio, la historia y la situación en que fueron concebidas. Esto indica que el conocimiento se genera desde cada lugar, respondiendo de manera distinta a la realidad y también a elementos culturales propios del contexto en que surge.

Mignolo propone la consideración de posturas plurales, múltiples lógicas, cuyo cimiento es un saber situado en un contexto geográfico y cultural específico.

Se parte de esta propuesta para entender qué lógicas de concepción de la vida existen en Guatemala y para proponer nuevos procesos de comunicación en la diversidad cultural.

La cosmovisión maya construye el conocimiento a partir de una interconexión entre el tiempo, el espíritu y la materia. La matemática vigesimal contiene estos elementos y se ha construido sobre la base del cuerpo humano, que cuenta con veinte dedos. El veinte representa el ser completo, denominado *Jun Winäq*: “Un sistema entero, matemática humana entera. La matemática decimal es solo la mitad de la cuenta” (García et al., 2009, p. 23).

La idea del *Jun Winäq* lleva a cuestionarse cuáles son las vías que permiten un espacio comunicativo donde estén presentes la emocionalidad, la espiritualidad, las subjetividades, además de los pensamientos.

La sociedad guatemalteca demanda la construcción de nuevos códigos, con significados comunes, que permitan avanzar hacia la convivencia y el diálogo.

Como sucede con el arte y el juego, la comprensión es la condición permanente de toda comunicación. No se trata únicamente del conocimiento del código lingüístico sino de una constelación de códigos que constituyen la dimensión cultural de la existencia humana y que presuponen un interpretante “in-formado” (formado en la cultura propia) que sea capaz de encontrar el sentido. La exigencia de un intérprete que capte no solo lo que se dice sino lo que se quiere decir implica pensar un sujeto histórico-social que responde a una localización precisa: el intérprete pertenece a una cultura —que fija regulaciones—, a un tiempo histórico —que traza un horizonte de sentido— y a un espacio social —desde donde se plantea la pregunta— que recortan el horizonte total para operar sobre él una apropiación fragmentaria [...] Sobre la base de un conjunto de significaciones en común, se producen apropiaciones particulares, impugnaciones, argumentaciones y consensos (Papalini, 2007, pp. 27-28).

A partir de la experiencia artística, en este trabajo se aborda, como sostiene Papalini, una constelación de códigos que toman en cuenta la subjetividad, la historia de vida y la cultura de los sujetos de estudio. Una memoria histórica viva, es decir, en constante reelaboración y transformación, no como un conjunto de hechos rígidos cristalizados. Desde la *agencia*, se constituyen sujetos históricos, con conciencia de sí y de su pasado, capaces de resignificarlo para construir un nuevo presente y decidir su futuro.

Esta historia viva se reconfigura en la interacción cotidiana, y puede comprenderse desde múltiples códigos vivos también, insertos en la integralidad del



ser humano, que implica subjetividades a partir de las que se construyen saberes y conocimiento. Para ello, el pensamiento maya da luces importantes.

Este pensamiento considera que el saber se configura con el pensar y el sentir y que implica un proceso de elaboración interna, donde se relacionan las voces interiores y las externas. De esta cuenta, además de recibir información desde afuera, se valora un “maestro interno”, que entra en diálogo con los estímulos exteriores. Se aprende de la naturaleza y de todos sus seres, de la vivencia, y se toma la tradición oral como fuente de transmisión de sabiduría.

Más allá de estas notables diferencias entre el pensamiento occidental y el maya, a mi juicio existe un punto de convergencia para explicarse la cultura, el conocimiento y la convivencia: el concepto de red.

El símbolo de la telaraña está presente en la cosmovisión maya en de la idea del *k'at*, que significa el tejido de la vida, el entramado, la red. Este símbolo incluye en sí mismo la posibilidad del conflicto, representado a partir de los “enredos”, es decir, las tensiones en las relaciones humanas, la confusión.

La constitución del Universo está establecida en redes de relaciones, agrupaciones con relacionamiento y afinidad. [...] El fuego esencial de la vida es la cualidad de construir momento a momento el tejido de relaciones, pues el encuentro de todas las relaciones da la plenitud. [...] La fragmentación diluye, enfría y paraliza (Chochoy et al., 2007, pp. 96-97).

En el pensamiento occidental, la concepción simbólica de la cultura es, en esencia, un proceso semiótico, que

Foto: Johan Ordonez, AFP. Ciudad de Guatemala, febrero 2010.

emplea la analogía de tejido o urdimbre de significaciones para definirla.

Esas significaciones dan luz para interpretar una realidad que no puede ser analizada desde generalidades, sino que responde a una red de significaciones. “El análisis consiste pues en desentrañar las estructuras de significación [...] es una multiplicidad de estructuras complejas, muchas de las cuales están superpuestas o enlazadas entre sí, estructuras que son al mismo tiempo extrañas, irregulares, no explícitas” (Geertz, 2001, p. 24).

Ambas perspectivas, maya y occidental, hablan de hilos y entramados, de significados que se entretajan en la profundidad de la vida, que se concretan y se reestructuran a través de las interacciones humanas. El proceso comunicativo permite la realización de tales interacciones; por tanto, la cultura es un proceso eminentemente comunicativo. Tanto el pensamiento maya desde el símbolo del *k'at* como el planteamiento occidental de la cultura como proceso simbólico apelan a la construcción de alianzas y caminos entre los nodos de una red. Esa red es el tejido social.

Cabarrús (2008) define el tejido social como un entramado de relaciones que facilitan la convivencia y la vida en sociedad. En este contexto, el diálogo es un elemento cohesionante para mantener unida la comunidad.

El autor expresa que el tejido social es un sistema que agrupa ideas, necesidades, intereses y organizaciones bajo normativas específicas. Estos cuatro elementos conforman la urdimbre vertical básica del tejido. Estas hebras son unidas por tramas horizontales vitales: las normas y la identidad. En todo ello, es fundamental el desarrollo de la habilidad de comunicación.

Cabarrús denomina a este proceso “hacer política desde el sin poder”, cuyo fundamento es un actuar estratégico que logre una intercomunicación entre

microtejidos sociales y de esta forma genere lazos de solidaridad y acciones conjuntas para superar momentos difíciles.

Si lo anterior se logra, se estarían creando “redes con proyecto”, capaces de generar tanto alianzas horizontales con grupos que se encuentran al mismo nivel en cuanto al ejercicio del poder como también verticales, con sectores en “disimetría de poder”.

El conflicto y el disenso son elementos que forman parte del entramado de interacciones humanas. Por tanto, no se busca ignorarlos, sino gestionarlos como aspectos que pueden enriquecer la convivencia si se abordan de forma estratégica y desde el respeto a lo diverso.

En este sentido, se asume la corporeidad como código comunicativo. Se considera que a partir del contacto con el cuerpo se puede trascender lo racional y acceder a otras áreas del ser humano, donde no privan la confrontación y el prejuicio. En concordancia con los planteamientos de Porter (1993), la mente no solo se encuentra en el cerebro; también existe una “mente encarnada”, que permite interpretar la vida a través del cuerpo. La historia está inscrita en él.

Al hablar de una mente encarnada, el autor expresa que en el cuerpo radica otra forma de pensar el mundo y un espacio donde la memoria viva y activa reside. A partir de los órganos del cuerpo, se puede tener una interpretación de sí mismo y del entorno distinta de la que proviene de las elaboraciones intelectuales. Dicha interpretación, desde lo kinestésico, involucra la subjetividad.

Asimismo, el cuerpo se considera un territorio, un “espacio de acción, representación y memoria” (Chomnalez, 2013, pp. 81-82). Esto habla de un territorio vivo, dinámico y en constante transformación, que por una parte deja evidencias de su memoria

histórica y por otra esconde algunos de sus rasgos como marca de negociación, adaptación o resistencia.

Ese cuerpo entra en contacto con otros y establece un diálogo, que puede ser de naturaleza intercultural. Por ello cabe aquí hacer referencia a los conceptos de multiculturalismo e interculturalidad.

Respecto al multiculturalismo, Kymlicka (1996) sostiene que, en las sociedades modernas, los distintos grupos demandan un reconocimiento de su identidad, que incluye particularidades culturales. Este reconocimiento implica aspectos de diversidad étnica, pero también otros factores, desde elementos generacionales y de género hasta preferencias sexuales diversas.

Es importante analizar que, si las acciones se limitan a reconocer que existen grupos diferenciados en un colectivo social, esto refuerza la fragmentación, puesto que no se considera de qué manera los grupos diversos pueden relacionarse y convivir. En este caso la diferencia puede verse como amenaza.

Según García Canclini (2004), los conceptos de la multiculturalidad y el multiculturalismo se centran en el reconocimiento de la diferencia, pero carecen de elementos que analicen y construyan formas de interlocución en la diversidad. Por ello, aunque dichos conceptos constituyen la base para el estudio de las diferencias culturales, la realidad del mundo actual –inmerso en un proceso de globalización a través de las migraciones, la evolución tecnológica y mediática– demanda abordar la interculturalidad desde las presentes coyunturas mundiales.

En el caso de Guatemala, la convivencia intercultural enfrenta grandes desafíos, como la problemática de la desigualdad, ligada a la pertenencia étnica. Generalmente, los casos de pobreza coinciden con la procedencia indígena, lo cual tiene por consecuencia que estos sectores de la población no tengan la oportu-

dad de ejercer una ciudadanía plena. Esta desigualdad se hace más fuerte si se suma el género, ya que la pobreza es aún mayor si se es mujer e indígena (Cumes, 2008).

Las grandes disparidades en la distribución de la riqueza y la concentración de los índices de pobreza en las poblaciones indígenas son un fuerte obstáculo para la convivencia en la diversidad. Sin embargo, son necesarios los esfuerzos para el acercamiento entre culturas, puesto que ello podría marcar cambios concretos en la superación de estas brechas, mediante estrategias conjuntas y fortalecimiento del capital social, creación de alianzas y lazos de solidaridad.

Para lograr establecer puentes en la diversidad, primero es necesario cuestionar desde dónde se definen y se construyen las diferencias. En Guatemala históricamente han existido categorías que marcan relaciones dicotómicas: lo mestizo y lo indígena. Pero ¿de dónde surgieron estas clasificaciones?, ¿a qué responden? ¿Qué implica hoy lo mestizo? ¿Qué significa ser maya? ¿Qué es lo mestizo? ¿Quiénes somos?

Adams (1956) explica cómo las categorías mestizo-indígena han reforzado tanto las brechas de clase como la valoración y subvaloración de las pertenencias étnicas. Ambas categorías, adoptadas a partir del siglo XVII, se construyen sobre las bases de la exacerbación de ciertas características cercanas a lo mestizo y de la negación de aquellas que tienden hacia el polo opuesto, representado por lo indígena. En consecuencia, lo mestizo está concebido desde la negación de lo indígena.

También se ha utilizado la clasificación de “no indígena” para definir al mestizo, incluso en documentos oficiales. Esto refuerza la negación de lo indígena, pero también niega al mestizo, puesto que esta definición lo concibe a partir de lo que no es y deja de lado aquello que sí lo identifica. En síntesis, las disparidades



Foto: Eitan Abramovich, AFP.  
Ciudad de Guatemala, febrero  
2009.

sociales y económicas, los prejuicios y las estigmatizaciones se traducen en discriminación y racismo.

En ese contexto, la presente investigación pretende responder a la necesidad de reconciliación y de cohesión de microtejidos sociales, mediante la creación de un proceso comunicativo que aborde la integralidad y el respeto por la diversidad. Para ello se creó una propuesta metodológica que contempla cuatro ramas artísticas. En cada una de ellas se trabaja con un elemento específico, relacionado con la reflexión identitaria e histórica, la interculturalidad y la convivencia social.

3::

Boal propone la aplicación del teatro como una forma de resolución de conflicto en varias etapas. La primera consiste en el consenso de una problemática a trabajar. Esta se representa y el público no es una audiencia pasiva, sino "espectadores" que pueden interferir en la escena, introduciendo cambios. Alguien del público elige actuar un personaje de los presentados, de forma distinta a como él mismo actúa frente al problema. De esta cuenta, el nuevo agente transforma la situación. Al final, se discute el proceso en asamblea y se proponen acciones concretas y compromisos a asumir entre los participantes.

### Caminos en el arte, el proceso metodológico

Las artes son el medio más seguro de sustraerse del mundo; son también el medio más seguro de unirse a él.  
(Liszt en Morin, 2008, p. 152)

En este trabajo, el arte se concibe a partir de tres elementos esenciales: la subjetividad, la *agencia* y la postura política. Según Morin (2008), el ser humano transita entre dos estadios: el prosaico, ligado a las actividades "racionales-lógicas-técnicas", y el poético, centrado en las connotaciones más que en las

denotaciones, en la emoción y la afectividad, que se traducen en "un estado del alma". En este estado, la persona accede a la relación con el otro, a la convivencia comunitaria, dado que trasciende las relaciones dialécticas, el impulso de imponerse y la necesidad de defensa.

No obstante el conflicto es un elemento central de las relaciones humanas, se pretende, a través del arte, generar un espacio para el conocimiento mutuo en la diversidad y trascender la confrontación para encontrar vías de comunicación integral.

Mediante la técnica del "teatro foro" (Boal, 2009)<sup>3</sup> los jóvenes abordaron el tema de la discriminación y llegaron a definir acciones de solución. Este y otros temas sensibles fueron tratados de manera abierta y franca, ya que las personas participantes los ubicaron en el terreno de la representación escénica, lo cual permitió llegar a definir soluciones en un campo lúdico. El abordaje de estas problemáticas sensibles es más difícil con técnicas tradicionales de debate, en las que la meta es competir mediante la defensa de un argumento.

El segundo elemento con el cual se fundamenta la visión del arte es la *agencia*. Thompson (1958) propone el con-

cepto de *agencia humana*, y lo define como esa capacidad de las personas para transformar su realidad a partir de la toma de conciencia de su potencialidad como agentes de transformación. Así se supera la creencia de ser y estar determinados por cadenas políticas, sociales o económicas, y se permite a los individuos reconocerse capaces de construir su propia historia.

Thompson considera que el ser humano, a través de un acto de voluntad social o moral, puede superar las limitaciones impuestas por las circunstancias o lo aparentemente inevitable. Sostiene que no son las cosas o los hechos en sí mismos los que configuran la realidad, sino la forma en que la gente se relaciona o reacciona ante estos.

El proceso de creación artística es una herramienta para que los jóvenes desarrollen capacidades de agencia en varias etapas: en la primera, al tomar conciencia de su historia y definirse a sí mismos a partir de una reflexión que parte de su corporeidad y mediante la cual vivenciaron su memoria histórica en constante transformación, decidieron cuáles elementos de su pasado son un trampolín que los impulsa a generar un futuro desde la opción personal y colectiva.

Con base en lo anterior, en una segunda etapa se crearon obras de teatro, danza, música y escritura. Los participantes manifestaron que el hecho de ver sus historias y expectativas de vida reflejadas en sus creaciones les permitió fortalecer su sentido de vida y valores para asumirse como agentes transformadores de su contexto social.<sup>4</sup>

Por último, también se plantea el arte como postura política, considerada como un ejercicio de ciudadanía plena. Por su parte, Mouffe (2001) sostiene que el arte en sí mismo contiene una dimensión política, debido a que su práctica contribuye a dar cuenta de un contexto y del “sentido común”, el cual es eminentemente político.

Aquí se trata de la naturaleza política intrínseca al arte que trasciende la intención del artista, dado que su obra inevitablemente dará cuenta del contexto y la coyuntura social que vive.

En la presente investigación se pretende que la dimensión política del arte se haga consciente desde la perspectiva de *agencia*, para que los jóvenes fortalezcan las alianzas en el tejido social que habitan y puedan generar cambios concretos. Para ello se construyó una metodología a partir de la hermenéutica profunda de Thompson (1998). Esta consta de tres fases. La primera analiza el contexto sociohistórico y las *doxas*.<sup>5</sup> La segunda aborda aspectos que profundizan en las formas simbólicas y en las representaciones sociales. Esta etapa es central en la presente investigación, ya que a mi juicio el proceso de creación artística es la vía para entrar en lo simbólico. La tercera es un análisis y sistematización de las obras artísticas producidas, que se constituyen en soporte material de un momento histórico, identidad y cultura. Esta última parte abarca un análisis de contextos de recepción de las obras. En la figura 1 se presenta una síntesis gráfica del proceso.

Las cuatro áreas artísticas abordadas toman la corporeidad como código de comunicación. Una vez conceptualizado el cuerpo, la praxis de corporeidad se construyó sobre los principios de la somática,<sup>6</sup> cuyo elemento central es el desarrollo de la conciencia desde el cuerpo. La somática es importante para la generación de conocimiento porque permite entrar en niveles profundos del ser humano, asunto imposible si nos limitamos a considerar únicamente la producción intelectual y el debate oral.

Esta propuesta se centra en prácticas que vinculan la realidad interna-subjetiva y la externa-objetiva, ubicada en el cuerpo como punto focal.

En el contexto guatemalteco se hace imprescindible trabajar a partir del cuerpo, debido a que en varios

#### 4::

Información recabada en entrevistas orales y cuestionarios realizados en el parque central de Tactic, Alta Verapaz. Inmediatamente concluidas las presentaciones, se hicieron entrevistas a los jóvenes que presentaron las puestas en escena, para recoger sus percepciones *in situ*. Luego se aplicaron cuestionarios para profundizar sobre hallazgos relevantes para la investigación.

#### 5::

Según Thompson (1998), las *doxas* se constituyen en la interpretación que los sujetos atribuyen a las formas simbólicas en la vida diaria; sus creencias que orientan la opinión y los juicios. Se definen como el filtro a través del cual se interpreta la realidad.

#### 6::

“Somática se refiere a los somas de la especie humana, cuyas capacidades sensoriales y motrices escapan relativamente a la determinación por parte de los patrones de comportamiento genéticamente establecidos, la cual permite que sea el aprendizaje lo que determina los procesos de interrelación interna entre conciencia, función biológica y entorno” (Hanna, 1993, p. 187). En danza, Levy y Duke (2003) sostienen que este es un proceso en que la persona elabora una conciencia de sí misma, “dentro del cuerpo”, que permite acceder a información individual y colectiva, desde otras esferas humanas que trascienden las elaboraciones intelectuales, permeadas por el pensamiento.

Figura 1



momentos históricos este ha sido portador de mensajes, especialmente los relacionados con advertencias impuestas por el terror, ya sean del Estado o del crimen organizado. La destrucción del cuerpo físico, emocional, moral y espiritual ha sido una estrategia utilizada como arma de guerra. Actualmente estos mensajes siguen vigentes en Alta Verapaz.

Ante esta perspectiva, se justifica el trabajo desde la corporeidad como vía de construcción para una nueva historia y como punto de partida para la generación de convivencia en sociedad. Metafóricamente, el objetivo es contribuir al nacimiento y a la formación de un nuevo cuerpo social.

Otro elemento del proceso metodológico es la consideración de los “universales psicoafectivos”, que constituyen rasgos comunes de los seres humanos, independientemente de la cultura y el lugar al que pertenezcan (Morin, 2008). Se agrupan en los siguientes temas:

- rasgos físicos y biológicos compartidos (contacto con el cuerpo)
- tipos de lenguajes compartidos
- elementos comunes de conciencia (valores, motores de acción)
- afectividad

- elementos de reciprocidad e intercambio
- relación nacimiento-vida-muerte
- relación libertad-prohibición
- relación venganza-perdón
- relación individualidad-colectividad
- sacrificio, amistad, relación amor-odio y conflictividad (Morin, 2008).

En cada una de las áreas artísticas se estableció un elemento central para trabajar. El pilar de la danza fue la topología de redes (Rojas, 2008), para la construcción de frases de movimiento. Este concepto, que toma elementos de matemáticas, redes informáticas, psicología y sociología, se basa en el descubrimiento de los nodos que hacen funcionar una red y en construir caminos entre ellos.

Al aplicar este concepto a las estructuras y relaciones sociales, los nodos pueden ser personas o situaciones, desafíos o expectativas de vida. Mientras más caminos existan entre los nodos, mayores posibilidades habrá de que el colectivo social subsista. Así se construyó una danza, como metáfora de la vida social y la expresión de propuestas de convivencia.

Para el área de escritura, se tomó como base el concepto de intertextualidad, entendido como “una relación de reciprocidad entre los textos, es decir, una relación

entre ellos, en un espacio que trasciende el texto como unidad cerrada” (Villalobos, 2003, p. 137).

El texto abarca no solo la sistematización escrita, sino elementos de la cultura, sociedad, experiencias de vida, creencias, espacios, roles de género, entre otros. Estos múltiples textos interactúan para la interpretación y la creación de realidades. En pocas palabras, nunca se produce un texto aislado, pues este forma parte de una red que lo relaciona con otros textos preexistentes.

Se tomó el cuerpo como primer texto, y a partir de él se formaron redes hacia otros textos como la violencia, la relación familiar, el significado de la tierra, la historia vivida por los jóvenes y la generación anterior, las expectativas de vida, los valores y las representaciones sociales. Con base en esa experiencia, los jóvenes crearon poemas y escritos en prosa, individuales y colectivos, mediante el ejercicio de la escritura automática.<sup>7</sup>

El proceso de creación teatral se centró en el ejercicio de alteridad. Morin (2008) reflexiona sobre los roles sociales que los seres humanos representan en diferentes ámbitos de la vida. Estos roles se instauran como vía de presentación ante el otro, son imágenes que se internalizan y formas de representación ante sí mismo. A través de estos roles sociales se vive un proceso de mimesis que permite encarnar al otro.

La música se concibió como praxis social, como herramienta para “hacer la vida”, como un instrumento para construir la sociedad y no solo como un medio para describirla: “La música es, en esencia, la vida en sociedad; contiene en sí misma un concierto entre las condiciones materiales, sociales y culturales en las que se produce” (De Nora, 2003, p. 157).

En esta área, se tomó el latido del corazón como elemento básico, símbolo del ritmo de la vida. De modo

que se trabajó con sus características para la composición de obras musicales, a partir de la denominada “música del cuerpo”.

La música del cuerpo incluye el pulso (latido del corazón), el tempo (cuán rápido o lento late el corazón), la fluctuación (la aceleración repentina del pulso). También incluye los sonidos que hacemos voluntaria o involuntariamente en el curso de la existencia misma como el llanto de un bebé o el sonido de una madre mientras cocina; los sonidos de una infección en el pecho, los sonidos de una conversación —el tono, los ritmos, el volumen y los tiempos (De Nora, 2003, p. 100).

En las cuatro áreas artísticas, se trabajó en talleres con tres objetivos esenciales: primero, que los jóvenes analicen su contexto sociohistórico a partir del contacto con su corporeidad, de su experiencia de vida individual y del contraste con la vida colectiva en su entorno; segundo, que se reconozcan como sujetos sociales capaces de generar transformaciones que parten de acciones que están a su alcance; tercero, que plasmen una propuesta de convivencia en sociedad, a través de sus obras artísticas.

Como apoyo al proceso de creación artística, se construyeron historias de vida; también se llevaron a cabo conversaciones grupales y cuestionarios con preguntas abiertas.

Las sesiones de guía para la creación de las obras artísticas se hicieron de forma intercalada con reuniones para ensayar de manera autónoma. Esta iniciativa busca conformar grupos comunitarios de creación artística que sigan funcionando luego de finalizado el estudio.

Se realizaron puestas en escena mediante la toma del espacio público. Se eligió el parque central de la

#### 7::

Esta técnica es utilizada en la vanguardia histórica, corriente que dentro del denominado *pensamiento manifestario* contiene en sí misma “el deseo de instaurar una nueva vida, alterar el orden social y practicar nuevas formas de arte o, en otras palabras, el deseo de conquista del poder simbólico, el dominio político y la hegemonía estética” (Gelado, 2008, p. 651). El poeta André Breton fue el precursor de este proceso de escritura, que se centra en una escritura espontánea a partir de una situación o experiencia sensorial, dejando fluir las palabras, sin poner atención en la coherencia entre ellas. El centro es tener vínculo con el inconsciente para que este emerja a partir de dichas palabras que se concretan en el papel y cuya fuente de creación no se centra en lo racional.

comunidad como escenario para dar vida a representaciones inspiradas en el acto poético, propuesto por Alejandro Jodorowsky, en una encarnación de la poesía en acción: "Salir de la literatura para participar en los actos de la vida cotidiana con la postura estética y rebelde propia de los poetas" (Jodorowsky, 2010, p. 55).

Son acciones que rompen esquemas y que se realizan en espacios y momentos inesperados; con ello provocan un alto en la vida cotidiana, cuyo objetivo es cuestionar la realidad. Estos actos combinan lo lúdico y lo dramático.

El acto poético, al irrumpir en la rutina diaria, es un punto para la creación de una nueva realidad sobre lo existente, para abrir nuevas dimensiones con el fin de interpretar situaciones dadas en el contexto social. Un elemento clave de este accionar es la conciencia. El acto poético presenta una alternativa a la reacción violenta ante los conflictos, porque su enfoque es hacia lo constructivo y evita la destrucción. No obstante, implica ciertos choques con el fin de cuestionar lo que la sociedad no ve.

En esta misma línea, en el área de danza se llevó a cabo un *flash mob*,<sup>8</sup> cuyo objetivo, al igual que el del acto poético, es irrumpir en el espacio público al presentar una danza inesperada, a la que se invita a participar a quienes la presencian. También se presentaron, a manera de acto poético, pequeñas obras de escena teatral, escultura viviente, mimos, música y danza.

### Los primeros hallazgos

Esta canción me sanó a mí, quiero que también sane a mi comunidad.<sup>9</sup>  
(Melgar, 2014)

En cuanto al proceso metodológico, se pudo constatar que el contacto con la corporeidad permite trascender el discurso políticamente correcto. Cuando iniciaron

los talleres, se preguntó a los jóvenes sobre aspectos históricos de su comunidad y de su familia, o sobre las situaciones y los desafíos actuales; entonces refirieron ideas vagas, discursos aprendidos o frases que no provenían de su experiencia de vida.

Fue muy diferente la información recabada tras los ejercicios realizados partiendo del cuerpo, concebido como primer territorio habitado. Cada participante identificó un espacio de su cuerpo donde ubicó las marcas de la historia presentes en su vida; posteriormente determinó qué deseaba que permaneciera y qué quería borrar. Ese contacto de la historia en el cuerpo hizo emerger la voz de una profunda conciencia de las huellas históricas comunitarias y familiares, y una postura muy clara ante la situación social actual.

Emergió un contundente rechazo a la violencia, tanto ante las pérdidas constantes de vidas físicas como a la ausencia de seres queridos por los actuales procesos de migración hacia Estados Unidos.

Asimismo, un rechazo a la indiferencia ante la desintegración familiar y un profundo enojo porque el enfrentar constantes peligros aminora el espacio de expansión y de expresión de los jóvenes. Viven bajo presiones constantes, principalmente de sus familias, que mediante un estricto control tratan de protegerlos de las acciones del crimen común u organizado.

Luego de ubicar las huellas de la historia en sus cuerpos, los jóvenes manifestaron frases reveladoras acerca de borrar la desconfianza y la desigualdad que cierran muchas puertas; hacer desaparecer el odio, la violencia y la delincuencia porque son cadenas que apresan e impiden la libre expresión. En contraste, expresaron un deseo profundo de defender la vida y la libertad; un reconocimiento del esfuerzo que sus padres han realizado para brindarles una vida digna, y su anhelo de construir un mejor futuro y tener oportunidades de desarrollo individual y colectivo.

8:: El *flash mob* se ha constituido en un nuevo género de la danza, que involucra la expresión artística, las nuevas tecnologías de la comunicación y las denominadas formas no institucionales de teatro o técnicas de teatro invisible. Se ha trabajado como una vía de transformación de los espacios de la ciudad; pertenece a la "retórica peatonal", elabora nuevas trayectorias, constituidas por colectivos populares traducidos en eventos que construyen apropiaciones singulares del espacio público (Gore, 2010, p. 31).

9:: Frase expresada por una participante en el taller de música previo a la primera presentación en el parque como irrupción en el espacio público. Un familiar había sido asesinado el día anterior. Ella manifestó su deseo de interpretar una canción construida colectivamente en defensa de la vida, como vía para la sanación individual y comunitaria.

El testimonio de los jóvenes muestra elementos indispensables para sanar y transformar el tejido social, como la restitución de la confianza entre sus miembros, la necesidad de diálogo y la convivencia en la diversidad, ya que en un mismo contexto existen historias y experiencias de vida distintas. El ejercicio de comprensión de los significados permite, entonces, dialogar con un mismo código y considerar otras perspectivas distintas a la propia.

Los testimonios también hablan de la urgencia de emprender acciones para superar la desigualdad y trascender el odio.

Asimismo manifiestan una postura política que promueve una ciudadanía plena, a través del ejercicio del derecho a la libertad de expresión, y una decisión empoderada sobre los aspectos de la sociedad que desean conservar y aquellos que desean borrar de su vida. Esto marca una redefinición y una transformación identitaria. Los jóvenes cuestionan su contexto social y demandan la toma de conciencia a quienes hacen uso de la violencia en sus distintas manifestaciones.

Estos jóvenes tienen un intenso deseo de transformar su entorno, valoran la familia como pilar de vida, aspiran a ser profesionales y a salir adelante. Durante el proceso, su determinación de vencer temores se hizo evidente en el hecho de expresar sus ideas en público, plasmarlas en obras artísticas y presentarlas en un espacio de la comunidad donde hasta ese momento no se habían dado tales manifestaciones. Estas obras, en las que reflejan sus propias palabras, pensamientos y sentimientos, se constituyen en símbolos que contienen valores como motor de vida y propuestas para la transformación social.

Se construyeron nuevas formas de convivencia en un contexto étnicamente diverso. En los grupos de trabajo, integrados por mestizos, *achís*, *q'eqchi's*,

*pocomchí's*, se observó que los participantes encontraron puntos de convergencia (el estudio, la amistad, los liderazgos, incluso el enfrentarse a problemáticas comunes).

También se identificaron algunos puntos de adaptación y negociación identitaria, como el idioma. Los hombres indígenas admitieron con mayor soltura en público el dominio de un idioma maya. El *pocomchí'* fue la única lengua en la que se compusieron algunas canciones, aun cuando había jóvenes de otras procedencias étnicas. No obstante en Alta Verapaz el grupo *q'eqchi'* históricamente se ha mantenido como el colectivo dominante, hoy el *pocomchí'* tiene gran fuerza de pertenencia entre los jóvenes.

En las obras artísticas creadas también se reflejó la relación de estos jóvenes con la tierra. Su concepción sobre ella se ha transformado. Si bien está presente el concepto ancestral de la tierra como madre, como proveedora, el cultivarla no está entre sus expectativas de vida. Valoran el legado de las generaciones anteriores, pero desean un destino distinto al que ellas tuvieron. Estos jóvenes están en contacto constante con las nuevas tecnologías de la comunicación, lo que los expone a otras realidades y también a otros riesgos.

Aunque cuestionan la generación de sus padres, muchos reproducen algunos aspectos que rechazan, como el ejercicio de la autoridad marcada por la imposición. A la vez que protestan ante la necesidad de adoptar normas con las que no están de acuerdo, cuando tuvieron posibilidad de ejercer fuerza de dominio sobre otros, la primera reacción fue de satisfacción, según la idea de "vencer". Fue necesario hacer un proceso de reflexión sobre la importancia del diálogo y de la búsqueda de consensos.

También se manifestaron diferencias marcadas por el género. En la mayor parte de los talleres, hombres y mujeres trabajaron por separado, salvo cuando se

formaron pequeños grupos para la preparación de las puestas en escena.

En el grupo de danza fue donde participaron menos hombres. Esto responde al imaginario sobre los roles aceptados para hombres y mujeres, ya que en general se considera que la danza es una actividad femenina. Por tanto, los cuatro hombres que participaron en esta área mostraron una actitud de valentía al romper esos esquemas.

En suma, el proceso creativo artístico permite una constante reflexión que confluye en acciones de transformación individual y colectiva. Las obras artísticas resultan un espejo de la vida y traen a la conciencia lo que hasta el momento no se había identificado. Por ejemplo, fue fundamental devolver las frases convertidas en poemas: el hecho de leerse, de verse a sí mismos, permitió a los jóvenes tomar conciencia de sus desafíos, pero también de la fuerza que tienen para salir adelante. Varios manifestaron que era importante encontrar valores y motivos de movimiento en sus propias palabras, salidas del contacto con su corporeidad.

Durante el proceso de creación artística, hubo dos pérdidas de vidas de forma violenta. Una fue la de un familiar de una participante en el área de música y otra fue la de una chica que estaba en el grupo de teatro, que murió por un ataque armado. La chica del familiar asesinado manifestó que una de las canciones que crearon colectivamente fue hecha en defensa de la vida, que su letra la ayudó a sanar la pérdida y que ella cantaba para que su comunidad también sanara.

Entre los cambios surgidos durante el proceso de creación artística, los más valorados fueron el vencer el temor de expresar sus ideas y sus sentimientos, así como de hacerlo públicamente, y el descubrir talentos y habilidades propios que ignoraban, lo cual les permitió conocerse mejor y tener mayor disfrute de la vida.

También manifestaron cambios en cuanto a su relación con sus compañeros, al desarrollar mayor respeto en la interacción y formas de cuidar a los demás. En la expresión artística encontraron “un orgullo porque la gente los escuche” y consuelo ante la pérdida de seres queridos.

La creación artística propició el desarrollo de la convivencia, la comunicación y la libertad de expresión, aspectos que se pueden trasladar como práctica a su contexto social inmediato y luego a colectivos más amplios. Asimismo, los participantes valoraron la posibilidad de ser formadores de otros jóvenes, empleando la metodología de creación artística en otros grupos.

En un contexto que carece de espacios de expresión para jóvenes, la toma del espacio público fue muy importante. Se realizaron puestas en escena en el mismo lugar donde ocurrieron actos violentos, y esto permitió una resignificación de dicho espacio.

Si bien el trabajo de campo de esta investigación aún no está concluido, el proceso ha permitido sistematizar los primeros hallazgos que se han descrito.

El arte ha generado vías de comunicación integrales; ha permitido encuentros humanos que abordan la complejidad de los códigos, entendidos como una comunión profunda de significados en los planos intelectual, emocional, espiritual y de experiencias vitales. ■■

#### Referencias bibliográficas

- ACAN/EFE (19 de diciembre de 2010). Gobierno decreta Estado de Sitio en Alta Verapaz. Recuperado el 3 de septiembre de 2013, de *Prensa Libre*: [http://www.prensalibre.com.gt/noticias/justicia/coba-sitio-estado\\_0\\_392960746.html](http://www.prensalibre.com.gt/noticias/justicia/coba-sitio-estado_0_392960746.html)
- Adams, R. (1956). *Encuesta sobre la cultura de los ladinos en Guatemala*. Guatemala, Ministerio de Educación Pública.
- Boal, A. (2009). *Teatro del oprimido. Juegos para actores y no actores*. Barcelona, Alba.

- Cabarrús, C. (2008). *Haciendo política desde el sin poder*. Bilbao, Desclee De Brouwer.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa.
- Cumes, A. (2008). "Desigualdad social y diversidad cultural", *Confluencia. Cuadernos de Observación Activa. (La construcción de comunicación intercultural aplicada)*, pp. 25-42.
- CEDECON (29 de enero de 2011). ¿Caducó el Estado de Sitio? Recuperado el 4 de septiembre de 2013, de *El Periódico*: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20110129/opinion/189843/>
- Chomnalez, V. (2013). "Las derivas de la comunicación: el cuerpo como texto". *Revista de Comunicación Vivat Academia. Año XV, núm. 122*, pp. 80-91.
- Cochoy, M., P. Yac, I. Yaxón, et al. (2007). *Cosmovisión maya, plenitud de la vida*. Guatemala, PNUD.
- Constitución Política de la República de Guatemala* (reformada por acuerdo legislativo n.º 18-93, del 17 de noviembre de 1993). Guatemala.
- COPREDEH. (1998). *Acuerdos de Paz*. Guatemala, Presidencia de la República de Guatemala.
- De Nora, T. (2003). *After Adorno. Rethinking music sociology*. Cambridge, Cambridge University Press.
- García, P., G. Curruchiche y S. Taquirá (2009). *Ruxe'el Mayab' K'aslemäl. Raíz y espíritu del conocimiento maya*. Guatemala, Proémica-Universidad Rafael Landívar.
- Geertz, C. (2001). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa.
- Gelado, V. (2008). "Un 'arte de la negación'. El manifiesto de vanguardia en América Latina". *Revista Iberoamericana, Vol. LXXIV, núm. 224*, pp. 649-666.
- Gore, G. (2010). "Flash Mobe Dance and the territorialisation of urban movement". *Anthropological notebooks 16*, pp. 125-131.
- Gularte, E. (2009). "La comunicación en la sociedad del conocimiento: desafíos para la universidad". *XIII Encuentro latinoamericano de facultades de comunicación social. FELAFACS*, La Habana, pp. 2-10.
- Jodorowsky, A. (2010). *Psicomagia*. Madrid, Siruela.
- Kymlicka, W. (1996). *Ciudadanía multicultural*. Barcelona, Paidós.
- Ministerio Público (13 de junio de 2013). Capturados los responsables de violaciones cometidas en Alta Verapaz. Recuperado el 5 de septiembre de 2013, de *Ministerio Público*: <http://www.mp.gob.gt/2013/06/capturados-los-responsables-de-violaciones-cometidas-en-alta-verapaz/>
- Morin, E. (2008). *El Método 5. La humanidad de la humanidad*. Madrid, Cátedra Teorema.
- Mouffe, C. (2001). Every form of art has a political dimension. (R. Deutsche, B. Joseph y T. Keenan, entrevistadores). Recuperado de *Grey Room 02*: [http://pdflibrary.files.wordpress.com/2008/07/mouffe\\_interview.pdf](http://pdflibrary.files.wordpress.com/2008/07/mouffe_interview.pdf)
- ODAHG. (1997). *Testimonio colectivo 9*, declarante 6, p. 4. Guatemala.
- Papalini, V. (2007). "Hermenéutica y comunicación: Hacia una dialógica crítica". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIIC), año IV, núm. 6*, pp. 22-31.
- Porter, R. (1993). "Historia del cuerpo revisada", en P. Burke, *Formas de hacer historia*. Madrid, Alianza, pp. 255-286.
- Redacción (25 de mayo de 2011). El auxiliar fiscal asesinado investigaba caso de los Zetas. Recuperado el 4 de septiembre de 2013, de *El Periódico*: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20110525/pais/195855/?tpl=73&theight=500&width=600>
- Rojas, D. (2008). Acerca de la visualización topológica de redes. Recuperado el 21 de mayo de 2012, de <https://www.google.com.gt/#hl=es&client=psyab&dq=Acerca+de+la+visualizaci%C3%B3n+topol%C3%B3gica+de+redes+Daniel+Rojas%2C+datos+bibliogr%C3%A1ficos&aq=Acerca+de+la+visualizaci%C3%B3n+topol%C3%B3gica+de+redes+Daniel+Rojas%2C+datos+bibliogr%C3%A1ficos&aq=f>
- Sam, E., y A. Tax (28 de junio de 2013). MP analiza caso de linchamiento. Recuperado el 15 de julio de 2013 de *Prensa Libre*: [http://www.prensalibre.com/alta\\_verapaz/MP-analiza-caso-linchamiento\\_0\\_946105393.html](http://www.prensalibre.com/alta_verapaz/MP-analiza-caso-linchamiento_0_946105393.html)
- Taracena Arriola, A. (s. f.). *Guatemala: del mestizaje a la ladinización, 1524-1964*. Guatemala, Centro de Investigaciones Regionales de Mesoamérica (CIRMA). Recuperado el 26 de junio de 2012, de <http://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/4058/arriola.pdf?sequence=2>
- Tax, A., y E. Sam (19 de diciembre de 2010). Cobaneros aprueban Estado de Sitio en Alta Verapaz. Recuperado el 18 de junio de 2013 de *Prensa Libre*: [http://www.prensalibre.com/noticias/justicia/Cobaneros-aprueban-Sitio-Alta-Verapaz\\_0\\_392960828.html](http://www.prensalibre.com/noticias/justicia/Cobaneros-aprueban-Sitio-Alta-Verapaz_0_392960828.html)
- Thompson, E. (1958). "Agency and Choice I. A reply to Criticism". *The New Reasoner* n.º 5, pp. 89-106.
- Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Villalobos, I. (2003). "La noción de intertextualidad en Kristeva y Barthes". *Filosofía, XLI (103)*, pp. 137-145.
- Yax, R. (13 de junio de 2013). Violaciones en Alta Verapaz. Recuperado el 15 de julio de 2013 de *Noti Real GT*: <http://notierealg.blogspot.com/2013/06/violaciones-en-alta-verapaz.html>

Entrevista a Jorge Lozano

# La semiótica es un método, un modo de recorrer, de ver y describir

Mariangela Giaimo

Fotos: Pablo Porciúncula.

Es uno de los autores más importantes de la semiótica española. Tiene diferentes líneas de análisis, como textos mediáticos, semiótica del arte, comunicación de masas y semiótica de la moda. Discípulo de Umberto Eco, reivindica su oficio como un caballero templario. "La aportación de la semiótica, explicitada o no, aceptada o rechazada, ha sido irreversible en los estudios de comunicación", afirma con dureza, ya que esta "estudia los fenómenos de codificación y decodificación. Ese proceso es central en la teoría de la información, si bien esta abandona el problema del significado. Nosotros además pensamos cómo se realiza la interpretación". Esta entrevista profundiza en ese *nosotros*, la relación con otras ciencias sociales, la multiplicidad de "objetos" de estudio y la importancia del *tiempo* como conformación de significaciones compartidas, entre otros temas, a pocos meses de su presentación en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica.

*He is one of the most important authors in Spanish semiotics. He pursues different lines of analysis, such as media texts, art semiotics, mass communication and fashion semiotics. A disciple of Umberto Eco, he vindicates his craft like a Knight Templar. "The contribution of semiotics, whether explicit or not, accepted or rejected, has been irreversible in communication studies", he asserts sternly, since "it studies coding and decoding phenomena. This process is the core of information theory, even if it discards the problem of meaning. Furthermore we reflect on how interpretation is performed." This interview delves into that we, the relationship with other social sciences, the multiplicity of "objects" of study and the importance of time as a structure of shared meanings, among other subjects, only a few months after his presentation at the Faculty for Human Sciences of the Catholic University.*



Mariangela Giaimo::  
Departamento de  
Comunicación, Facultad de  
Ciencias Humanas,  
Universidad Católica del  
Uruguay, Uruguay.  
[mgiaimo@ucu.edu.uy](mailto:mgiaimo@ucu.edu.uy)

**¿Cómo pasó de la historia a la semiótica?** Es tan banal como lo siguiente: Había empezado a estudiar física de la mano del gran físico español Salvador Velayos. Maravilloso profesor. Pensaba que yo iba a ser una esperanza en la física española, pero era francamente malo en matemáticas. Estaba muy mimado, ya que en ese momento yo estaba enfermo de tuberculosis y él me llevaba y traía a las clases. Al mismo tiempo, quería hacer teatro. Eran tiempos de fin del franquismo, así que, como estaba malito, decidí mezclar mis estudios con mi compromiso político. Dentro de la locura decidí que estaba llamado más para las humanidades. Entré a la facultad a estudiar filosofía, pero mi opción política me obligó a estudiar historia porque así podía intervenir más en la sociedad. Contra todo pronóstico, me vi estudiando historia moderna y contemporánea. Al mismo tiempo iba leyendo en el Ateneo de Madrid algunas aproximaciones a la semiótica. La única ventaja que tuvo el ser antifranquista en este país fue que leíamos con devoción. Militábamos en la lectura. Recuerdo haber leído *Apocalípticos e integrados* de Umberto Eco. Entonces pensé que la historia contemporánea tenía que dar cuenta de fenómenos de la comunicación masiva. Mientras que en el Ateneo todos estudiaban el modelo de producción asiático, yo leía a un Gillo Dorfles que hablaba de Rita Pavone, un Eco de Superman o un Jean Baudrillard de un sistema de los objetos. Empecé a estudiar los parientes pobres de la cultura mientras intentaba escribir mis primeros ensayos, como sobre el teatro chino de Manolita Chen. Me divertía muchísimo el *kitsch*.

**En ese momento en España, ¿la semiótica era una disciplina ampliamente difundida?** Curiosamente la semiótica empieza con los arquitectos. En Barcelona estaban atentos al estructuralismo, a aquello que se llamaba *la semiología*. Baudrillard, por ejemplo, fue muy importante en aquellos años porque era discípulo

de Henri Lefebvre (un viejo marxista experto en urbanismo). Era al mismo tiempo una especie de filósofo y sociólogo y gran conocedor de su materia semiótica. Aquí se lo llamó luego “Bodriolard” o “Ladrillard”, con esa cosa iconoclasta española de que ante cualquier pensador mejor destruirlo, no vaya a ser que nos contamine. Hubo personas extraordinariamente interesadas. En esa ciudad había una confluencia entre estética, arquitectura y filosofía. Eso conectó con la semiología. Todo el mundo conocía a Eco y a Roland Barthes. No era un conocimiento profundo de Saussure, Hjelmslev o Greimas. Era un acercamiento estructuralista y protosemiótico a los fenómenos de la cultura de masas.

**Las ciencias sociales siempre están en debate epistémico. En ese contexto, ¿cuál es el estatuto de la semiótica y por qué?** A mí no me preocupa cuán científica sea la semiótica. Lo que sí me interesa es como método. Es un modo de recorrer. Un modo de ver. De describir. Hoy en las ciencias sociales hay una tendencia exagerada al eclecticismo. Incluso es muy simpático que los textos científicos empiecen con citas literarias. ¿Cuántas citas de Borges hay en textos literarios? ¿Cuántos estudios ha habido sobre la metáfora en las ciencias? ¿Cuántos trabajos hay sobre el mito de la inmaculada percepción? En la semiótica decimos: solo tenemos un método que permite describir los sistemas de significación, descubrir cómo se produce el sentido; sin embargo, somos completamente eclécticos en el objeto. Claro, en este momento dirijo tesis sobre diferentes temas. No es porque yo sea un disperso, sino porque nuestra preocupación es poner en funcionamiento un solo método. El objeto puede ser cualquiera.

**Ese método, ¿qué brinda a la esfera de las prácticas profesionales?** Sin dudas, tenemos actividades

semióticas todos los días. Uno no tiene incorporada en su vida cotidiana la medición de funciones matemáticas que estudió. Uno hace su problema de adición, suma y poco más... En cambio, nosotros sabemos que en nuestras prácticas cotidianas se activan mecanismos incorporados diría casi inconscientes, no explícitos, del funcionamiento en la sociedad. En los fenómenos de la intuición y de la explicación aparece el funcionamiento sígnico. Los cazadores utilizan la semiótica, los perros, todos. Hay que explicitarlo.

**Recién planteó que el método semiótico posee varios objetos de estudio. Es indudable la relación de esta mirada con el arte. ¿Qué peso tiene ese objeto?** Es fundamental. Hasta hace poco tiempo tenía pavor a la semiótica visual y a analizar con método la imagen. Me explico. Hay dos líneas que predominan en la semiótica: una de corte estrictamente lingüístico, que cuenta a Saussure como su fundador, con sus autores posteriores que dan nombre a la semiótica generativa, y luego una semiótica interpretativa de Charles Sanders Peirce, que ha representado brillantemente Eco, cuya base es la lógica y la dimensión inferencial.

Aun reconociéndome como discípulo de Eco, entendía que el método más importante es el greimasiano [de Greimas] porque me permite abordar cualquier texto. Tiene el funcionamiento de la lingüística como disciplina madre que permite ver el funcionamiento de la organización textual. Para decirlo de un modo muy claro: sabemos lo que es un fonema, sabemos cómo se inventa, sabemos que un *hum* dicho por un niño como respuesta a una maestra tiene un sentido importante y ¡ni siquiera es una especie de onomatopeya! Pero no sabía cómo segmentar lo visual. Hoy ya hice más las hipótesis de la semiótica de la cultura de Yuri Lotman. Este fue capaz, como Eco, de concentrar un método de

análisis de textos y al mismo tiempo una preocupación por las inferencias. Alterna Saussure y Peirce. La semiótica del arte ha permitido un avance incommensurable en los estudios semióticos. La semiótica heredera del estructuralismo, que trabajaba solo con la sincronía y se olvidaba de la diacronía, a través de la semiótica del arte se empieza a preocupar por el funcionamiento temporal.

Es el tiempo lo que caracteriza a muchos elementos en el arte. Y es la semiótica aplicada a este texto que lo realza. El arte es, desde la concepción de la semiótica de la cultura, el hijo de la explosión. El arte se puede explicar desde la explosión de sentidos: una discontinuidad de la temporalidad que hace que la propia obra de arte aparezca como un acontecimiento. Eso es lo que ha rechazado la historia. Curiosamente se da esta paradoja: la semiótica asume el tiempo y la historia abandona el tiempo para trabajar con estructuras. En mi caso trabajo con ambas miradas. Eso es normal. Por eso, en el próximo congreso de la Asociación Española de Semiótica el tema es “Semiótica e historia”.

Estamos en un momento fundamental. La semiótica no debe trabajar solo para las ciencias sociales, sino que estoy convencido de que hay una tendencia que la va a llevar a la historia. El trabajo del historiador es semiótico, es decir, convertir en signo, dar sentido a algo que previamente no lo tenía, y la semiótica necesita indagar en los esquemas de significación y la producción de sentido. Esta conexión es muy fuerte.

**Usted está abriendo la *caja negra* de la construcción del conocimiento científico, en este caso con la historia.** Cuando me dediqué a la historia y a la semiótica me miraban muy raro porque hacer análisis semiótico por fuera de la literatura era extraño. Los

Jorge Lozano

Es licenciado en Historia por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Doctor en Historia por la UCM. Catedrático de Teoría de la Información en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Desde el 2008 dirige un grupo de investigación de "Semiótica de la cultura". Desde octubre del 2013 preside la Asociación Española de Semiótica.

En este momento se encuentra trabajando sobre Wikileaks, su relación con el secreto —mentira, verdad y falsedad— y sobre la transparencia. Estos son valores que poseen los ámbitos del *hackery* y del tecnoactivismo. Investigador principal del proyecto I+D "El fenómeno Wikileaks en España: un análisis semiótico y mediológico".

Ha investigado sobre "La construcción del acontecimiento: Arte, medios de comunicación e historia del presente" (UCM), "La construcción del acontecimiento: El discurso histórico de la prensa española frente a los atentados del 11M" (UCM), así como junto a Paolo Fabbri, Giovanni Manetti y Mauro Wolf desarrollaron: *La persuasione: modelli ed analisi sui funzionamenti discursivo nelle comunicazioni di massa*, Radio Televisión Italiana (RAI), publicada por Servizio Opinioni n.º 365.

En el 2010 dirigió el I Congreso Internacional de Semiótica de la Cultura: Análisis y Nuevas Perspectivas (GESC, UCM y Fundación

Ortega y Gasset), fue *chairman* en la mesa redonda "La fotografía, oggetto teorico e pratica sociale" (Congreso de la Asociación Italiana de Semiótica, Roma) y pronunció la conferencia inaugural del Máster Oficial de Periodismo y Divulgación con su discurso "Persuasión, seducción, traducción: El caso de Helena de Troya" (Facultad de Ciencias de la Información, UCM).

Algunas de sus publicaciones:

*Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual* (con C. Peña-Marín y G. Abril). Madrid, Cátedra, 1982.

Prefacio a *Sociologías de la vida cotidiana*, de Mauro Wolf. Madrid, Cátedra, 1982.

*El discurso histórico*. Madrid, Alianza Universidad, 1987 (edición italiana en Palermo, Sellerio, 1992).

"Figuras de seducción", en F. Savater (ed.), *Filosofía y sexualidad*. Barcelona, Anagrama, 1988.

"La mentira como efecto de sentido", en Castilla del Pino (ed.), *El discurso de la mentira*. Madrid, Alianza Universidad, 1988.

Introducción a *La galaxia Gutenberg*, de Marshall McLuhan. Barcelona, Círculo de Lectores, 1993.

Prólogo a *Cultura y explosión*, de Yuri Lotman. Barcelona, Gedisa, 1999.

*Persuasión. Estrategias del creer*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 2012.

grandes estaban trabajando con esa disciplina. La literatura había sido el campo dominante y príncipe de los análisis. Llega un español antifranquista y se preocupa del discurso histórico: el rechazo era evidente. Además, tocar la historia, que era sagrada, ¿quién osaba tocarla? Solo un marginal podía hacerlo. En España, a su vez, cuando presenté mi tesina de licenciatura percibí la cara de estupor de los otros, que no sabían qué pensar. Era raro, raro, raro, raro. Y en el sentido inglés: infrecuente, extravagante. Pasé elegantemente los tribunales pero con una especie de desconcierto enorme. Cuando hice la tesis de doctorado tuve la satisfacción de haber hecho una encuesta con historiadores en que todos decían: "Ni se le ocurra a usted hacer esa tesis". No veían el interés. ¿Cuál era el objeto de análisis? El objeto histórico. No había pasado por el archivo, que es el gesto de iniciación de un historiador. Había discutido mucho con Carlo Ginzburg. He tenido el privilegio de haber conocido a grandes historiadores, como también a Jacques Le Goff. Él me decía: "Lozano, jamás historia y narración". Pero yo trato el texto histórico como cualquier texto. Se puede comparar con una receta de cocina. Estas carecen de estrategias de persuasión y son una serie de posologías en las que se sugiere cómo actuar. Me di cuenta leyendo a los historiadores

antiguos que comenzaban con una autodefinición o autoconciencia de escribir —*Este texto no es un texto de ficción...*—, con lo que ellos mismos me dieron la información de la contraposición.

El historiador es, en definitiva, un científico social que tiene su poderío en el archivo. Este es la condensación de la información que se justifica por sí sola. El historiador es el señor capaz de sacar los datos y construir un texto. ¿Cuál es el método con el que debe hacerlo? El positivismo le va muy bien. Un dato puede ser un acontecimiento, y este se puede convertir en un hecho. Esta especie de algoritmo está confundido en varios. Porque, justamente, es un problema contrario al historiador. ¿Cómo es que se hace este pasaje? ¿O cómo un hecho histórico deviene en acontecimiento? Hoy se han cambiado los turnos. Esto es lo que hace el mayor enfrentamiento y la mayor complicidad teórica, en el fondo y en los bordes.

Recibo con terror las expresiones que dicen "al presidente del gobierno le falta un relato" o "deben aparecer los *storytelling* en la política". Es la banalización y homologación —para apelar a la Escuela de Frankfurt— que trataba de decir y fue rechazada. El historiador escribe narraciones. La narración es el



principio de inteligibilidad, y los acontecimientos cobran sentido no en el archivo sino en el relato. Cuando proponía esto estaban en Francia De Certeau, Paul Veyne, Paul Ricoeur; en Italia, Ginzburg; en Estados Unidos, Hayden White y pocos más.

Los estudios sobre la narración han llevado todo un proceso: ¿qué es un relato? Una secuencia de acciones. ¿Qué es una acción? Una transformación, pero también hay pasiones. Estos elementos han ido desarrollándose. Se ha introducido el tema de lo *sensible* en los textos. Ahí aparece lo figurativo. Justamente vengo de una reunión sobre *figurar lo indistinto*. Nos preguntábamos: ¿Qué es la atmósfera? ¿Qué hace que Lutero quiera ser como san Pablo, según cuenta Marx? ¿Por qué la revolución francesa quiere ser como la inglesa? ¿Por qué la rusa quiere ser como la francesa? Se podría decir que tiene que ver con dos cuestiones. La primera, el fenómeno está explicado con las palabras de Cicerón: “la historia está llena de ejemplos”. Es decir, las acciones de hoy toman siempre un ejemplo, una gramática anterior. Se busca eso. No hay solo anacronismos en la historia. La segunda cuestión es que el fenómeno es como lo que Bergson señalaba como *déjà-vu*. Cuando se ve hoy una película sobre la guerra de Vietnam, necesariamente el sol es

inmenso y estamos esperando oír a Richard Strauss o Wagner. Porque un modo de reconocer es recordar. Y se produce el *déjà-vu*: percibo y recuerdo al mismo tiempo. Las películas de *western* son otro ejemplo. Sergio Leone en Almería puso a los *cowboys* una gabardina o *trench*. Los vaqueros no habían usado nunca esa indumentaria. Luego han salido varios vaqueros con la *trench*. Es lo que Mijail Bajtín llamaba *memoria de género*: yo hago para que se reconozca cómo se hizo. Pero, según mi opinión, entre el ejemplo modelo de hacer como hubieran hecho otros y el *déjà-vu* hay una fase intermedia que se llama *aire de familia*. Mi trabajo actualmente tiene que ver con cómo se construyen fenómenos históricos que automáticamente tienen su réplica. ¿Por qué el 11 S cuando fue visto en directo por televisión tanta gente pensó que aquello era una película? Porque tenemos en la cabeza una enciclopedia enorme de imágenes que permiten relacionar lo que sucede con esa especie de *déjà-vu*. Y luego descubres que es real. Primero se oponía *real a ficción*. Hoy digo que hay que entender muy bien la lógica de la ficción para entender muy bien qué es lo real. La ficción puede ser una modalidad de lo real. Lo que antes era como una especie de *dandismo*, la relación entre arte y vida, hoy podemos decir que la vida es arte. Coinciden. ■■

Entrevista a Valeria Dotro, responsable de contenidos de Paka Paka

## “Pensamos lo educativo en un sentido cultural amplio”

Vanina Lanati

Valeria Dotro es la responsable de contenidos de Paka Paka, el primer canal de televisión público dedicado a los niños, dependiente del Ministerio de Educación de la Nación, en Argentina. Ha dedicado sus investigaciones y artículos a temas relacionados con la infancia y los medios de comunicación audiovisual.

*Valeria Dotro is Contents Manager for Paka Paka, the first public television channel for children, a public body subordinated to the Ministry of Education in Argentina. All her investigations and articles have focused on subjects related to childhood and audiovisual media.*

¿Cómo fue cambiando la construcción del niño televidente? Está claro que hay cambios... No solamente ha cambiado la tele en particular, sino que se agrega lo que tiene que ver con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Lo que ha ido cambiando fundamentalmente es que ya no podemos pensar en el niño como televidente, sino en chicos y chicas como consumidores de productos audiovisuales. Desde el lado de la recepción, los chicos miran televisión, pero también ven series en la computadora, descargan jueguitos... Eso no va en detrimento de la televisión, que sigue siendo importante para ellos. Lo que cambia es el modo de mirarla: ellos deciden en qué momento. No importan tanto los horarios y las grillas de programación. Me pasa con mi hijo, que me dice que quiere ver tal programa, le contesto que en ese momento no está en la tele y me responde que sí está en la computadora. Los chicos saben dónde buscar los programas de

tele, hacer descargas desde un teléfono móvil si son más grandes, etcétera.

Hablábamos de *Chiquititas*<sup>1</sup> como un género prácticamente nuevo que era la telenovela infantil. Eso hoy se profundizó. Es una revolución del género que implica no únicamente lo que tiene que ver con el relato, con la narración, con la historia, sino con esta explosión de los géneros donde en una misma serie uno puede encontrar una narración casi literaria de la historia anclada con un videoclip, con elementos fantásticos, con la música, con la publicidad que ingresa de manera directa y con todos los productos colaterales que ese mismo fenómeno tiene. Pensamos en *Violetta*<sup>2</sup> y es lo que está en la pantalla, pero es también el musical, el cuaderno, la ropa, las canciones y los romances entre los personajes en la vida real. Todo eso va haciendo como una especie de hibridación que es cada vez más

1::  
*Chiquititas* es una telenovela que tuvo varias temporadas entre 1995 y 2001, realizada en Argentina y emitida en varios países del mundo. Dotro dedicó un artículo al estudio de la televisión infantil y la construcción del niño televidente entre 1960 y 1990 (ver las referencias bibliográficas).

2::  
*Violetta* es una telenovela producida por Disney Channel.

fuerte. Desde el punto de vista del consumo, los productos audiovisuales para chicos están muy atravesados por lo que tiene que ver con el mercado (al menos los productos comerciales) y se suma cada vez más toda la pata digital interactiva. Casi no existe serie que no tenga su página web, su jueguito, etcétera.

La televisión abierta ha abandonado la producción de contenidos para niños y este segmento parecería encontrar propuestas solo en la televisión por cable. ¿A qué considera que se debe este fenómeno? Por un lado, la explosión del cable ya tiene más de veinte años. Por el otro, debido a una cuestión comercial, los canales de aire no tienen interés en la producción de contenidos audiovisuales para chicos. Por lo menos aquí en Argentina, esto empieza a modificarse, aunque muy lentamente, a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual,<sup>3</sup> que exige una cuota de pantalla para programación infantil. El tema es que eso, por ahora, se cumple en términos formales. Es decir, todos los canales tienen una franja para chicos, pero la mayoría de ellos no está produciendo sino que está *refritando*<sup>4</sup> formatos tradicionales que, en su mayoría, reproducen el formato de conductora en el piso, superestereotipada, como es el caso Panam.<sup>5</sup> Solo reproducen estos programas con el objetivo de cumplir con la ley. Se supone que el proceso apunta a que tengan que producir, porque la ley no indica solo una cantidad de horas que debe tener cada canal, sino que ese porcentaje debe ser de producción original y local. Hay canales que han empezado a producir alguna cosa y otros que por convenios específicos pasan contenidos de Paka Paka. Tampoco es la idea que eso se prolongue, porque deberían producir.

Con las telenovelas infantiles, ¿habría una especie de *revival* en cuanto a lo que sucede más allá de la telenovela con los seguidores y esa necesidad de saber y ponerse en contacto con las vidas “reales” de los personajes, tal cual pasaba en otras épocas con las estrellas del cine y las revistas “del corazón”? No se

puede pensar un programa de televisión o una serie como solo eso. Tiene que estar rodeado de productos que lo sostengan. Están los productos como los juguetes, la ropa, la obra de teatro, el disco, pero además hay historias que van acompañando, que van siguiendo la historia por fuera de la televisión. Es llamativo lo que pasa con los más chiquitos. Hay nenas y nenes de siete u ocho años que siguen la historia de amor por fuera de la serie. Antes este tipo de situación tenía más que ver con las mamás, las abuelas y las chicas en edad adolescente. Ahora los más chiquitos están interesados en eso también.

Varios autores sostienen que el binomio educar-entretener<sup>6</sup> es el que debe contemplar cualquier contenido infantil de corte cultural-educativo. ¿Comparte esta idea? Creo que el error es pensar que una televisión educativa debe ser educativa en sentido estricto. Lo que muchos de los que trabajamos en infancia y televisión creemos es que cuando hablamos de televisión para chicos, desde una mirada respetuosa de las infancias, de lo que hablamos principalmente es de calidad. Televisión de calidad no significa que tenga contenidos educativos curriculares, aunque puede tenerlos.

Paka Paka tiene muchos porque es un canal del Ministerio de Educación de la Nación. Sin embargo, no es un canal que tenga contenidos educativos en un sentido curricular, sino contenidos de calidad en el sentido de una mirada respetuosa de la infancia, que respete la diversidad, que se proponga básicamente ampliar los horizontes culturales de los chicos. No generar una propuesta homogénea que responda a aquello a lo que responden todos los otros canales, como son las necesidades del mercado, sino que se muestren otras posibilidades, otros modos de vida, otros modos de ser, otros modos de familia, otras escuelas. Y que fundamentalmente otorgue la palabra a los chicos. Eso para nosotros es televisión de calidad. Pensamos lo educativo en un sentido cultural amplio.

3::

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, n.º 26522, fue sancionada en Argentina en 2009.

4::

El término *refritar* se utiliza en la jerga televisiva para indicar la reproducción reiterada de las emisiones de un programa.

5::

*Panam* es el nombre de una conductora de programas infantiles en Argentina.

6::

"Hablando de televisión infantil se hace, pues, aún más necesario si cabe unificar educación y entretenimiento como fórmula para formar a espectadores críticos, activos e inteligentes en el uso de estos medios, para que puedan discernir lo que es realidad de ficción, [ser] capaces de reflexionar y sacar sus propias conclusiones sobre lo que reciben por la televisión" (Becerra, García Castillejo, Santamaría y Arroyo, 2013, p. 81).

Los estudios del campo de la educación-comunicación han tenido una mirada bastante prescriptiva en lo que refiere a la relación de la infancia y los medios de comunicación. ¿Qué opinión tiene al respecto? Se debe ser prescriptivo en términos de derechos, si hablamos de derechos de chicos y chicas, de una mirada respetuosa de las infancias. En ese sentido, yo sería prescriptiva. Correrse de la mirada del pibe como consumidor, acercarle cosas con calidad estética, emocional, poética, lúdica. Que se respeten sus derechos, sus modos de ver el mundo, su identidad. En eso sería prescriptiva.

Después, en el resto, a los pibes hay que ir a conocerlos porque cambian todo el tiempo. Pensar hoy en contenidos audiovisuales que no tengan en cuenta lo digital sería casi un suicidio. Hay que estar muy atentos y escucharlos para saber qué desean, qué necesitan y también qué cosas de las que ellos ni siquiera saben que podrían necesitar podemos ofrecerles para ampliar esos horizontes. La prescripción para mí estaría en el respeto; en el resto no. En el resto hay que indagar, investigar mucho, no creernos que sabemos lo que quieren los chicos de cada edad. Porque las infancias van mutando a partir de cuestiones económicas, sociales y culturales. Entonces se trata de estar muy cerca de ellos y ver cómo son, qué quieren, de qué se ríen.

Existe un documento con herramientas para quienes producen contenidos audiovisuales para la infancia, publicado en Argentina por la Defensoría del Público y Unicef.<sup>7</sup> ¿Han participado en su elaboración como integrantes de Paka Paka? Como Paka Paka participamos activamente en la elaboración del documento. Cielo Salviolo, exdirectora del canal, participó de ese proceso. Por eso en lo que sí se puede ser prescriptivo es en criterios de calidad, en qué es la calidad, y no tanto en qué tipo de contenidos. Pensar de qué manera se puede ser respetuoso de las identidades infantiles. Nosotros trabajamos todo el tiempo con productoras y lo que está habiendo son muchas capacitaciones,

reuniones, charlas que les brindamos nosotros a ellos. Y después es ida y vuelta todo el tiempo. Porque realmente hay mucha gente que tiene buena intención, pero hay prejuicios sobre lo que es para chicos y sobre lo que es educativo. A lo mejor presentan cosas educativas en sentido estricto que son aburridas, o aparecen todo el tiempo los estereotipos básicos de la televisión comercial (por ejemplo, a las nenas solo les gustan las princesas), o para que haya diversidad incluyen una persona en silla ruedas sin fundamento.

¿Qué papel juegan los padres o los adultos con relación a los niños y la televisión? El rol de los padres es fundamental, siempre, en un proceso de crecimiento. También es cierto que los chicos muchas veces acceden a los contenidos sin la presencia de los padres. Me parece que lo fundamental es, mientras se pueda, acompañar lo que ven en Paka Paka o en cualquier canal. Los padres no tienen que tener tanto miedo de delimitar qué va a ver un nene de tres años. Y no porque si mira *Ben 10* se va a convertir en agresivo y va a matar a alguien, sino porque hay criterios que son familiares y cada familia puede aplicarlos. Es importante conocer qué ven en la televisión, a qué juegan en la computadora o qué juguetes quieren tener, porque todo eso está muy asociado con lo que ven en la televisión.

También las familias tienen derecho, no diría a prohibir, pero sí a delimitar consumos, como lo hacen con algún tipo de comida. A veces parece que en lo que tiene que ver con consumos culturales a los padres nos da más miedo poner límites. Insisto: no es en el sentido de prohibir, pero hay cuestiones que tienen que ver con las edades y es muy difícil que no aparezcan en la televisión o en la computadora cuando los chicos están mirando.

Los canales de cable están bien segmentados por edades, como el caso de Disney (Disney Junior, Disney XD, etcétera). De todas maneras, los chicos hacen *zapping* y miran. Esto no quiere decir estar todo el día sentados mirando la televisión al lado de ellos, pero sí

7::

El documento "Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia", que incluye herramientas para profesionales y estudiantes de la comunicación, puede ser consultado en <http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2013/08/porunacomunicaciondemocraticadelaninezylaadolescencia.pdf>

saber cuáles son sus consumos, qué les gusta y en cuáles uno puede participar. Y también, en la medida de lo posible, tratar de ofrecer otras cosas para diversificar los consumos. Porque además de mirar televisión pueden hacer también otras actividades. Estar atentos a qué miran, a qué juegan, cuáles son sus personajes favoritos ayuda, porque uno puede conversar sobre ello y se vuelve un consumo más compartido y responsable.

En uno de sus artículos abordó la cuestión de las representaciones y los estereotipos en los contenidos audiovisuales infantiles. ¿Cómo trabajan esta cuestión en Paka Paka? Por un lado, trabajamos en el protagonismo de los chicos, porque para nosotros es muy importante. Trabajamos mucho con chicos de todo el país contando sus vidas. Nos parece que una representación cuidada y real de los chicos de la Argentina tiene que estar dada por sus caras en las pantallas, sus voces, conocer cómo son sus familias, sus escuelas... Es difícil ver en otras pantallas chicos que sean parecidos a nuestros chicos.

También se trabaja mucho en la animación y el cuidado de esos estereotipos. Nos fijamos en cómo son esos chicos, cómo son sus colores de piel, cómo hablan, dónde viven, cómo se visten, qué hacen. No siempre las nenas son pasivas y los nenes aventureros, ni los nenes los que hacen chistes y las nenas las emocionales. En el diseño de los personajes, de los fondos, de las casas, en las voces..., en todo eso hay que estar atento para correrse del estereotipo y generar la mayor diversidad posible, que tiene que ver con los contextos culturales argentinos y latinoamericanos. También hay series de otros países que se pasan; no es que esté vetado, sino que hay un trabajo fuerte con lo que se produce acá. Nosotros proponemos ideas a las productoras. Queríamos hacer algo sobre la diversidad en las familias y se armaron estos veintiséis micros que contienen escenas familiares de distinto tipo, donde aparece cantidad de modelos de familias o de vivir cotidianamente que tienen que ver con la diversidad. Se trabaja siempre en

conjunto con quien ilustra o realiza, pero a partir de una idea con el canal.

Tratamos de que haya diálogo con las leyes que van surgiendo o ya existen. Porque, si además de lo que nosotros pensamos hay leyes que lo avalan, se vuelve más fuerte la necesidad de trabajar con eso y ponerlo en pantalla.<sup>8</sup> Ahora en marzo sale un programa para los chicos más grandes que acompaña los contenidos de la Ley de Educación Sexual Integral.<sup>9</sup>

¿Quiénes consideran, por intuición y/o investigación, que son sus espectadores? En realidad hay un camino corto, porque solo son tres años de Paka Paka. Tenemos el desafío y la oportunidad de abordar una audiencia amplia de dos a doce años, lo cual es casi imposible. Como decía, otros canales están hipersegmentados. En este caso, al ser un canal del Ministerio de Educación, el único que tenemos, debemos tratar de cumplir con todos los segmentos etarios.

Sabemos por las repercusiones, por los comentarios en Facebook y por actividades que hemos hecho en las escuelas, que el fuerte nuestro está en los más chicos. Hasta los siete, ocho años aproximadamente, porque después de esa edad empiezan a considerarlo un canal para los más chiquitos. Es cierto que lo que llamamos *Ronda Paka Paka*,<sup>10</sup> sumado a los chicos de los primeros años de primaria, son quienes más nos eligen con productos como *Zamba* o *La princesa Medialuna*. Hay algunas series que los más grandes también ven y conocen, pero el fuerte está en los más chiquitos. ■■

#### Referencias bibliográficas

Becerra, M., Á. García Castillejo, O. Santamaría y L. Arroyo (2013). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública de América Latina*. Madrid, Tecnos.

Dotro, V. (2003). "Televisión infantil y la construcción del niño televidente entre 1960 y 1990. Del Capitán Piluso a Chiquititas", en S. Carli (comp.). *Estudios de comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*. Buenos Aires, La Crujía.

**Valeria Dotro::**  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación con orientación en Educación por la Universidad de Buenos Aires. Es docente de nivel inicial y se dedicó durante más de diez años a la investigación y a tareas de capacitación en torno a los vínculos entre las infancias y la televisión. Escribió artículos sobre el tema y dedicó su tesis de maestría en Sociología de la Cultura a la relación entre infancia y televisión en Argentina. Actualmente es cotitular de la cátedra Producción y Realización de Cine y TV Infantil en la carrera de Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires.

---

**8::**  
Se refiere la sanción de la ley 26618, de Modificación del Código Civil, que permite el matrimonio igualitario, sancionada en Argentina en julio de 2010.

**9::**  
Se trata de la ley 26150, de Educación Sexual Integral, que contempla la creación de espacios de aprendizaje dedicados al cuidado de nuestro cuerpo y las relaciones interpersonales, como el ejercicio responsable de la sexualidad.

**10::**  
Se trata del segmento dedicado a niños de dos a cinco años.

# Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay

Giorgina Santangelo

Open Society Foundations,  
noviembre de 2013.

Editor: Fernando Bermejo  
(editor regional para Open  
Society Foundations).

Número de páginas: 97.

En los últimos quince años, el avance de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como sistemas tecnológicos mediante los cuales se recibe, manipula y produce información, ha contribuido a un aumento cuantitativo de la conectividad entre las personas y del flujo de información circulante en el mundo. La utilización de las TIC requiere un proceso de digitalización de la información producida que permita recodificar flujos de información y comunicación en diferentes formatos —textos, videos, sonido, voz u otros medios—. En este sentido, el surgimiento de la *sociedad de la información* no se da simplemente por la inversión en infraestructura y en producción tecnológica, sino que además requiere digitalizar para abrir la posibilidad de los intercambios de información.

En el contexto de estas nuevas dinámicas y del desarrollo del campo de la comunicación, la información se transforma en un recurso de poder, y la opacidad en la difusión de información de las organizaciones públicas o privadas es interpelada ante la demanda de un aumento de transparencia. El acceso a la información se vuelve un desafío en las democracias del siglo XXI, puesto que fortalece la capacidad ciudadana de participar en decisiones que afectan sus vidas y de fiscalizar el desempeño de las instituciones.

En este escenario, promover un entorno mediático (estructura, contenido e impacto de los medios en las personas) libre, independiente y pluralista se torna indispensable para fortalecer este régimen de gobierno.

El informe país *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay*, a cargo de Rosario Radacovich, Santiago Escuder, Julia Morales y Matías Ponce, da cuenta de esta realidad. Se estructura como un informe técnico y es parte de un proyecto de investigación

macro que lleva adelante la Open Society Foundations en más de sesenta países, cuyo objetivo es evaluar el progreso de la digitalización y su impacto en la libertad de prensa, el pluralismo, el acceso de los ciudadanos a las noticias, la información de calidad, la transparencia y la fiscalización, la independencia editorial y la libertad de expresión, entre otros elementos indispensables para el sostenimiento del régimen democrático.

A la luz de estos valores, el informe Uruguay evalúa las oportunidades y los riesgos que presentan para los medios de comunicación tres procesos específicos: la transición de la transmisión analógica a la digital, el crecimiento de nuevas plataformas de medios de comunicación como fuente de noticias y la convergencia de la transmisión tradicional con las telecomunicaciones.

*Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay* se estructura en ocho capítulos. El primero da cuenta del cambio en el consumo de medios tradicionales (televisión, radio y prensa) hacia un uso cada vez más intenso de los medios digitales, en particular en la franja etaria de 16 a 29 años. Se observa una migración de lectores de la prensa escrita a la digital, que en algunos puntos supera a la primera.

Estos cambios se atribuyen a la expansión de Internet como resultado de programas gubernamentales para lograr la equidad digital, como el Plan Ceibal —programa nacional que otorga una computadora personal a estudiantes y maestros de escuelas públicas (véase [www.ceibal.edu.uy](http://www.ceibal.edu.uy))—, y a la alta penetración de la telefonía móvil.

El lector de prensa digital es predominantemente montevideano y lee en promedio 20 minutos menos por semana que el lector de prensa escrita, pero, según

los investigadores, no tiene a su disposición mayor diversidad en el contenido de noticias, ya que, a excepción de dos portales noticiosos, el contenido digital es el mismo que el impreso. Por otra parte, los programas de noticias de radios AM conservan la lealtad de los oyentes en los estratos más altos de la población, y los programas de noticias de los canales privados alcanzan mayor nivel de audiencia, manteniendo a la televisión como el principal proveedor.

En el capítulo 2 se brinda un panorama del servicio de medios públicos y estatales. Se señalan algunas iniciativas que dan cuenta de los avances en este tipo de medios, pero también se indican algunos aspectos pendientes. En las radios administradas por el Estado se reconoce la reorganización de la estructura de programación y la capacitación de personal, a pesar de que todavía tienen bajos índices de sintonía. En el período 2005-2007 se resalta la innovación de la programación del Canal 5, Televisión Nacional Uruguay (TNU), que incluyó programas de interés general y cultural, contribuyendo significativamente a la diversidad de contenidos.

Se señala la necesidad de mejorar el sistema administrativo y gerencial. En términos legislativos, se destaca el proyecto de ley aprobado en enero de 2013 que crea el Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional (SCAN), compuesto por TNU y el Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU). El SCAN coordina el diseño de un programa nacional de comunicaciones audiovisuales, lo que a juicio de los investigadores es un avance hacia una mejor organización y gestión de los medios públicos de comunicación.

Otra iniciativa jurídica destacada es la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (mayo de 2013), que

cuenta con media sanción parlamentaria. Algunos de los temas significativos abordados en el proyecto de ley son las limitaciones a la propiedad de servicios de comunicación, en orden a restringir monopolios, las limitaciones sobre compañías de televisión por cable en términos de participación en el mercado, ciertas restricciones sobre el tipo de programación y publicidad en los espacios de protección especial, y derechos de acceso de contenido a grupos minoritarios, entre otros.

Se menciona también la presencia de Tevé Ciudad, desde 1996, como canal público administrado por la Intendencia de Montevideo. Esto crea un nuevo modelo de televisión pública, enfocada en producciones culturales y temas locales, de cultura popular. Sin embargo, el canal aún no ha logrado instalarse en el público y mejorar sus niveles de audiencia.

Finalmente, se espera que la digitalización iniciada con la aprobación del Decreto sobre Televisión Digital sea una oportunidad para el fortalecimiento y la expansión de la televisión pública.

El capítulo 3 analiza la capacidad de generación de contenido por los usuarios de Internet en el país, a nivel individual. Esta herramienta es empleada para la búsqueda de información, las conversaciones por chat, el correo electrónico y las redes sociales. Solo el 6 % de los usuarios de Internet cuenta con un blog y el mismo porcentaje comenta periódicamente acerca de los blogs. Si bien las redes sociales son una plataforma importante para el consumo de noticias e información, la investigación muestra que la herramienta *blogging*, que permite el intercambio de comentarios y opiniones a través de portales electrónicos, es de uso marginal entre los usuarios uruguayos.

Giorgina Santangelo::  
Departamento de  
Comunicación de la  
Facultad de Ciencias  
Humanas de la Universidad  
Católica del Uruguay.  
gsantang@ucu.edu.uy

---

El ejercicio de ciudadanía a través de la participación en movimientos sociales organizados cuenta con una larga tradición en Uruguay. Sin vinculación formal con el Estado, los partidos políticos o instituciones religiosas, las personas utilizan las plataformas virtuales para la organización y la movilización social. Con base en estas observaciones, el informe señala que, pese a la digitalización y al incremento en el número de fuentes de noticias, la oferta noticiosa en Internet ha sido bastante escasa.

El capítulo 4 estudia el impacto de la digitalización en el modelo empresarial de producción de los medios de comunicación tradicionales. Las salas de redacción de los medios digitales están integradas por entre cinco y diez periodistas, la mitad o menos del personal que emplearía un diario tradicional. Por ello, los periodistas de medios digitales deben ser más productivos en períodos más breves y con menos recursos. A su vez, los profesionales que trabajan en los medios digitales suelen ser graduados en busca de experiencia, lo que hace que los medios digitales sufran mayor movilidad de personal que los medios impresos tradicionales.

Estos son algunos de los factores mencionados cuando se argumenta que la estructura de inversión no ha sufrido grandes cambios y se sigue haciendo periodismo 1.0. El informe advierte que la digitalización ha transformado las rutinas de los periodistas, ha posibilitado el acceso a nuevas fuentes, lo que se traduce en mayor calidad de la información en los medios, y ha contribuido a la introducción de nuevos temas que no tenían cabida en los medios tradicionales —como violencia de género, discriminación o situación de niños y adolescentes—. Sin embargo, los periodistas enfrentan el reto de trabajar con un abordaje diferente en un tiempo más apremiante que el de la prensa tradicional.

Las políticas de asignación del espectro se abordan en el capítulo 5. Allí se señala que los medios de comuni-

cación tradicionales en el país han estado concentrados en manos de importantes grupos mediáticos. Durante la última década han aparecido nuevas entidades reguladoras y un marco legal<sup>1</sup> que, según los especialistas, puede transformar e instituir un nuevo orden de asignación del espectro. La regulación en la asignación de frecuencias fortalece la supervisión y establece criterios para otorgar licencias de radio, televisión y medios comunitarios. En este sentido, el informe valora la creación de institucionalidad y marcos que sientan las bases de un posible cambio en el sistema de medios uruguayo.

El capítulo 6 analiza algunos temas legales vinculados a la propiedad de los medios en el país. Los medios de comunicación en Uruguay han estado dominados por tres grupos empresariales, que además están unidos a operadores locales de pequeña escala, lo cual dificulta la emergencia de nuevos actores en el mercado. En la capital, la televisión de señal abierta con alcance nacional está controlada por tres conglomerados que además controlan cuatro de las cinco licencias de televisión para abonados y la distribución de todas las estaciones de televisión abierta y servicios en los departamentos. Esta situación ubica a Uruguay como uno de los países de América Latina con más alta concentración en la propiedad de los medios de comunicación.

Aunque todos los operadores de medios audiovisuales deben registrarse en la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación (URSEC), donde se incluyen datos personales de los propietarios y representantes legales de las compañías, el frecuente uso de testafieros afecta la transparencia de esta información.

Los autores tienen expectativas de que la aplicación del Decreto de Televisión Terrestre Digital, que establece nuevas reglas sobre la propiedad, permita la competencia en el sector de televisión privada, así como el ingreso de nuevos actores.

1::

Unidad Reguladora de Servicios de Telecomunicaciones (URSEC), con arreglo a la ley 17296; Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (DINATEL), a través de la ley 17930; Ley de Radiodifusión Comunitaria, 18232; decreto 585/2012 sobre Televisión Terrestre Digital, entre otros.

En el capítulo 7 se reflexiona sobre este decreto, que define nuevos mecanismos regulatorios para la asignación de frecuencias. Asimismo, la creación del Consejo Honorario de Radios Comunitarias y la Comisión Honoraria Asesora Independiente representa un esfuerzo por incluir a organizaciones de la sociedad civil en las discusiones sobre políticas de comunicación.

El capítulo 8 presenta las conclusiones del informe. El reforzamiento del marco regulatorio relacionado con el espectro de transmisiones y el diseño de políticas de comunicación se destacan como lo más trascendental en orden a fortalecer las condiciones democráticas para el sistema de medios de comunicación en Uruguay. Sin embargo, se advierte que los nuevos actores y las propuestas opuestas al sistema predominante aún no tienen cabida.

En suma, *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay* constituye una referencia para quienes toman decisiones de políticas públicas, académicos, periodistas, empresarios de medios, editores, entidades reguladoras y autorreguladoras y la sociedad civil en general, ya que, con una triangulación de datos de fuentes primarias y secundarias, diagnostica el impacto de la digitalización en el país. Además, el hecho de contener la primera medición en su área lo transforma en una línea de base que permitirá monitorear la evolución del sistema de medios en Uruguay en la era digital.

Por otra parte, el informe constituye un antecedente relevante para el desarrollo de otras líneas de investigación, como el proyecto “Desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social”, que en Uruguay está a cargo de un equipo de investigadores y docentes de la Universidad de la República (LICCOM y ObservaTIC - Facultad de Ciencias Sociales), de la Universidad Católica del Uruguay (Cátedra UNESCO de Comunicación), de la

Universidad ORT (Facultad de Comunicación), de la Universidad de Montevideo (Facultad de Comunicación) y de la Universidad del Trabajo del Uruguay (Escuela Superior de Comunicación Social).

Este proyecto –idea original del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC, UNESCO, 2008)– es una propuesta integral de indicadores que analizan los principales aspectos de la ecología mediática en determinado contexto nacional, por lo que requiere un anclaje en cada país. En la actualidad existen algunos antecedentes del estudio en Egipto, Túnez, Mozambique y Ecuador. En Uruguay el proyecto comenzó a gestarse a fines del 2012.

Una segunda línea de acción que ha surgido a consecuencia del estudio *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay* está orientada a la implementación del proyecto “Gender Sensitive Indicators for Media: Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content”, de la UNESCO, cuyo objetivo es medir la sensibilidad de los medios de comunicación uruguayos frente a la problemática de género. La batería de indicadores está acotada tanto a relevar actitudes en operadores como aspectos cuantitativos (número de mujeres que ocupan cargos de toma de decisiones) y cualitativos (observación de roles asignados) en el contenido de la programación en medios de comunicación en Uruguay. Cabe destacar que esta dimensión es señalada como una línea poco desarrollada por los informes de diagnóstico tanto de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) como de las organizaciones sociales especializadas en el tema.

En consecuencia, para el año 2015 se espera haber construido un mapa del entorno mediático y exponer la capacidad de los medios para promover una cultura en equidad de género. Además, se espera que sean más independientes, pluralistas, diversos y verdaderas plataformas de información democrática. ■■

# Una mirada introspectiva al periodismo que hago

El auge de las columnas de opinión, estimuladas por los sitios de Internet y las redes sociales

Tomás Linn

En este artículo, el periodista y profesor universitario reflexiona sobre su práctica profesional, a la luz de las nuevas tecnologías de comunicación

*In his article, this newspaperman and University professor reflects on his professional practice in the light of the new communication technologies.*

Cuando el revuelo en torno a las redes sociales recién comenzaba y los medios tradicionales empezaban a diseñar sus propios sitios en Internet, un colega me profetizó en tono ominoso que el tipo de periodismo que yo ejercía (el de opinión) estaba condenado a desaparecer.

enfrentó a José Batlle y Ordóñez y Washington Beltrán fue a causa de una columna publicada por este último en su diario *El País* (que tituló “Qué tupé”), en respuesta a otra de Batlle.<sup>2</sup>

Mi reacción fue inmediata. Al igual que tantos otros periodistas, estaba desconcertado con la rapidez de los cambios. Pero algo tenía claro: el periodismo de opinión no solo no estaba destinado a desaparecer sino que se consolidaría aún más.

Si bien este era el estilo predominante, también hubo opinión analítica y sobria. En esa época se publicaban vigorosos debates entre pensadores de visiones discrepantes. En el Uruguay del siglo XIX fue apasionante el intercambio entre José Pedro Varela y Carlos María Ramírez.<sup>3</sup>

Motivos para ello sobran. Tratar de explicarlos significa dar una mirada introspectiva al tipo de periodismo al que me dediqué durante buena parte de mi vida profesional. Nunca está de más hacer una pausa y tomar distancia para analizar en profundidad la tarea que uno cumple.<sup>1</sup>

En la naciente nación norteamericana, a fines del siglo XVIII un periódico dedicó sus páginas a reproducir las opiniones de tres “padres fundadores” que querían convencer a sus compatriotas sobre las virtudes de una constitución federal eficiente y bien elaborada. La gacetilla se llamaba, justamente, *El Federalista* y en ella sus autores escribieron memorables textos motivados por el calor de un debate candente. Su lucidez y capacidad argumentativa transformaron aquello que fue pensado para un momento particular de la historia en un clásico del pensamiento constitucional y de las ciencias políticas. Los “papeles” aún hoy mantienen vigencia.<sup>4</sup>

## Las tribunas fogosas de los viejos pasquines

Cuando en el siglo XVIII, en medio de revulsivos procesos políticos y sociales, comenzaron a popularizarse los periódicos, gacetas y pasquines, el periodismo que se hacía era de opinión.

No eran periodistas en el sentido moderno y profesional de la palabra. Políticos, agitadores, pensadores, constituyentes y constitucionalistas, todos ellos tuvieron en los periódicos una tribuna para hacer llegar su prédica a más gente y más lejos.

Aquellos fueron textos incendiarios, bordearon la calumnia y el libelo, defendieron causas fervorosas y pretendieron no tanto convencer como sí alinear a su público. Los que se sentían agraviados lo arreglaban en “el campo del honor”, o sea, el duelo. También pasó en Uruguay hasta ya entrado el siglo XX. El duelo que

1::

Algunas ideas que aquí desarrollo aparecen esbozadas en mi libro *¿Una especie en extinción? Los periodistas y su crisis, cómo ella afecta la calidad democrática y los valores que deben permanecer*. Búsqueda y Fin de Siglo, Montevideo, 2012.

2::

Diego Fischer narra este episodio en su libro *Qué tupé: Batlle-Beltrán ¿duelo o asesinato?* Editorial Sudamericana, Montevideo, 2010.

3::

Carlos María Ramírez y José Pedro Varela: *El destino nacional y la Universidad: polémica* (dos tomos). Biblioteca Artigas, Montevideo, 1965.

4::

Alexander Hamilton, James Madison, John Jay, *The Federalist Papers*. Mentor Books, Nueva York, 1962.



### Diferenciar la información de la opinión

Con la llegada del siglo XX el periodismo se redefinió y redefinió también el periodismo de opinión. La noticia cruda y despojada empezó a tomar importancia. Se buscó contar los hechos tal cual sucedieron, con narraciones claras, despojadas y sin sesgos.

Esos cambios afectaron al periodismo de opinión y, si bien no dejaron de existir los predicadores que usaban su espacio como tribuna, comenzó a surgir un tipo de periodismo de opinión diferente y cada vez más profesional.

En cualquier caso, los editores empezaron a diferenciar en el diseño gráfico lo que era noticia de lo que era opinión.

A comienzos del siglo XX en Uruguay, las columnas de opinión tuvieron mucha influencia. Eran leídas con atención en *El Día*, *El País*, *El Plata*, *La Mañana* o *Marcha*, por mencionar solo algunos ejemplos, y alimentaban los debates políticos para un país en construcción. El paso de la opinión militante a la columna profesional fue lento.<sup>5</sup>

Hubo una etapa intermedia, en la cual gente con interés en la política pero no con vocación para ejercerla prefirió crear un espacio propio de opinión e influencia a través de las columnas. Fue un camino alternativo y quienes lo tomaron se convirtieron en periodistas, aunque no como se los entiende hoy. Un ejemplo fue, en Francia, Raymond Aron, un brillante intelectual, muy independiente en sus criterios en un

Foto: Laurent Fievet, AFP.

**5::** Sobre este tema existe una investigación muy interesante de Elena Rizzo: *El nuevo periodismo de opinión: columnistas profesionales e independientes surgidos en Uruguay después de la dictadura*. Memoria de grado, Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, octubre de 2002.

Tomás Linn::  
Departamento de  
Comunicación, Facultad de  
Ciencias Humanas,  
Universidad Católica del  
Uruguay, Uruguay.  
tlinn@busqueda.com.uy

momento en que el grueso de los intelectuales defendía causas que el tiempo demostró que eran indefendibles.<sup>6</sup>

En Uruguay, un similar papel cumplió Carlos Quijano, que en su semanario *Marcha*, desde una visión de izquierda, mantuvo una independencia crítica hasta que resolvió en los años setenta apostar a la creación de lo que finalmente sería el Frente Amplio.<sup>7</sup>

### La opinión como forma de periodismo profesional

Si bien los medios siguen diferenciando los textos de opinión respecto a los que solo traen noticias al diagramar sus páginas (tanto en papel como en los sitios web), reporteros y columnistas hoy se reconocen en una similar identificación profesional, si bien tienen claras las diferencias entre ellos. El columnista usa técnicas de redacción y un método de trabajo igual al del reportero, aunque el resultado sea diferente.

Quien hoy escribe columnas seguramente hizo su recorrido clásico dentro del periodismo. Comenzó siendo un reportero y tal vez pasó a ser editor. Con esa experiencia acumulada resolvió trabajar con la información de otra manera. Sabe que su capacidad analítica es importante, del mismo modo que otros periodistas son competentes en la investigación de fondo y otros aun se lucen haciendo buenas entrevistas. Sobre una base profesional común, cada uno valora sus “ventajas comparativas”.

El columnista pues, al igual que todo reportero, maneja información, pero, a diferencia de este, la analiza, la desmenuza, la proyecta hacia el futuro y a partir de ahí elabora sus enfoques. No busca conseguir votos, tampoco pretende convencer ni generar “estados de opinión”. Su tarea es dar un servicio más a los lectores. Es ofrecer un enfoque personal sobre la realidad para que los lectores tomen de él lo que les resulte útil.

No solo el método de trabajo es similar, aunque no idéntico, sino también la actitud profesional. El

columnista debe ser tan independiente como el reportero, aun cuando opina. Sus conclusiones, enfoques y puntos de vista no responden a las estrategias y “lineazos” de un partido político, de un sindicato, de un sector empresarial o de una determinada corriente cultural.

Independencia política, desconfianza del Estado, distancia del poder, lejanía de las “roscas”. Solo eso garantiza el valor de una opinión elaborada desde sus más genuinas convicciones. La firma de ese columnista termina dando un sólido aval a esa opinión.

### Continuidad, permanencia y diálogo con el público

Esa firma importará aún más si hay permanencia y continuidad en el trabajo. Son dos factores claves en varias funciones periodísticas. Valen para los que conducen programas y noticieros radiales o televisivos. La voz que se escucha día a día, el rostro que aparece en la pantalla, adquieren credibilidad y respeto porque supieron perdurar y resultan familiares a su público. Sin tanta notoriedad, algo similar ocurre con el editor de un periódico. En la permanencia está el afianzamiento de un estilo y un modo de trabajar.

La continuidad, constancia y regularidad de una columna que ocupa durante años el mismo lugar ayuda a establecer una relación entre quien escribe y quien lee. El lector conoce los parámetros con los que el periodista trabaja. Si es una columna basada en información (y más cuando se trata de información sensible), sabrá agradecerle la forma en que fue contextualizada y analizada. Si el columnista plantea sus enfoques con sensatez y claridad, el lector sentirá que alguien puso en palabras lo que él pensaba pero le costaba expresar. Si hay capacidad argumentativa, el lector disfrutará de una semanal discusión. Entenderá su forma de razonar y a partir de esa lógica querrá discrepar o coincidir con él. Objetará algunos razonamientos y le reconocerá otros. Crecerá así una relación “virtual” que a todo columnista que se precie debería halagar.

6::

Respecto a Aron, se pueden leer sus *Memorias*, publicadas por Alianza Editorial, Madrid, 1985. También es muy interesante el libro del historiador británico Tony Judt, *The Burden of Responsibility: Blum, Camus, Aron and the French Twentieth Century*, The University of Chicago Press, Chicago, 1998.

7::

Sobre este tema y otros relacionados con el periodismo político, me extiendo más en mi libro *De buena fuente: una aproximación al periodismo político*, CLAEH y Ediciones de Banda Oriental, Montevideo, 1989.

Al final sin embargo, lo que marca la presencia de un columnista como periodista profesional es su independencia. Es subjetivo, sí, pero crítico y desconfiado y, como dice el dicho popular, “no está casado con nadie”.

La permanencia puede derivar en una rutina de previsibilidad que es necesario combatir. “Los argumentos [en una columna] pueden ser redondos o chatos”, sostiene el periodista Jack Fuller. “El texto chato, progresista o conservador, fundamentalista o ateo, no solo ve todo a través de una lente ideológica, sino que lo único que ve es la lente. [...] Los argumentos redondos responden a la complejidad de los hechos y reconocen las limitaciones de sus propias suposiciones”<sup>8</sup>.

En otras palabras, es el tipo de argumento contundente por su lógica y sorprendente por una originalidad que evita lo trillado.

### La opinión es gratis, los hechos son sagrados

Con la irrupción de las redes sociales, aquella permanencia y continuidad del columnista podría ya no ser necesaria. Sin embargo, lo es para quienes recurren con frecuencia a la red. Generaron el mismo hábito que cuando leían en papel, y añadieron uno más: el de compartirlo. Cuando les gusta la columna de un periodista que siguen con atención, la reenvían a sus contactos del correo electrónico o a sus “amigos” en Facebook y Twitter. Ese columnista, además de tener sus seguidores regulares, multiplica su alcance según cuántos de ellos tomen la iniciativa de repetirla para terceros.

Con Internet, al concepto de la inmediatez para transmitir información se suma el de la disponibilidad. Cada persona abre su computadora cuando le viene bien y es ahí que se pone en contacto con las noticias. El servicio siempre está a mano. El alerta noticioso aparece en pantalla, un “amigo” recoge algo que ve y lo tuitea de inmediato. Asimismo, los grandes medios con sus sitios en Internet envían a diario un mensaje con los titulares del día, lo cual oficia de apretada pero

bien presentada síntesis de los hechos más importantes. Es imposible no estar informado minuto a minuto. Basta tener la pantalla encendida. El proceso es incesante. Sin embargo, conocer lo que ocurre no necesariamente significa entenderlo. Falta contexto, falta análisis, falta explicación aun cuando sea con un determinado sesgo.

Por eso, contra lo que muchos profetizaron, el periodismo de opinión reforzó su existencia justamente para cumplir ese rol. La gente quiere saber qué opinan y cómo visualizan ciertos temas aquellos columnistas que son referentes. Referentes por ser creíbles, porque coinciden con sus visiones y también porque disfrutan de esa discusión virtual, por lo general discrepante, entre el lector y el autor.

Así se explica el auge de estos textos que van más allá de la información pura y dura. Conviene enfatizar, por otra parte, que sería imposible escribir columnas si no hubiera reporteros buscando con el mayor rigor posible esa misma información pura y dura. El trabajo de unos se complementa con el trabajo de los otros, incluso cuando el reportero no comparte la visión del columnista. Lo que importa es que los hechos (más allá de la opinión que se tenga sobre ellos) hayan sido reales y verificados. Como dijo un periodista británico, “los comentarios son gratis, pero los hechos son sagrados”<sup>9</sup>.

De ese modo, el periodismo de opinión se fue transformando e incluso ganó espacio en otros medios, en especial la televisión. Hubo, es verdad, un fuerte crecimiento del periodismo “militante” alejado de todo rigor profesional (en Estados Unidos lo hace Fox y en Argentina se lo puede ver en 6, 7, 8). Pero también hay un periodismo de opinión que se fue asentando en programas que mezclan información con opinión. Lo hace con profusión Jorge Lanata en Argentina y está el programa semanal de Nelson Castro en *Todo Noticias*, que abre con una evaluación de lo ocurrido esa semana y cierra con un editorial. En ambos casos, los enfoques y sesgos subjetivos están sostenidos en abundante

8:: Jack Fuller, *What is Happening to News?: The information explosion and the crisis in Journalism*. The University of Chicago Press, Chicago, 2010.

9:: Cita tomada del libro *The Elements of Journalism*, de Bill Kovach y Tom Rosenstiel, Three Rivers Press, Nueva York, 2001, pp. 97 y 98.

información que tanto ellos como sus respectivos equipos de producción reciben en forma constante.

Hoy diarios como *El País* de Montevideo tienen más espacio para la opinión, tanto en su versión impresa como en la web. Algunos escriben desde su profesionalismo, muchos desde su clara postura política y otros desde su especialidad técnica. Semanarios como *Brecha* y *Voces* se apoyan sustancialmente en sus notas de opinión.

La revista *Búsqueda* ofrece a sus suscriptores *on line* una lista semanal de las diez notas más leídas número a número. Por cierto, ello no es representativo de la totalidad de sus lectores, pues la mayoría accede solo a la versión impresa. De todos modos, es interesante ver que la mitad de esa lista corresponde a las notas de opinión. Similares respuestas se ven ante las columnas en *La Nación* o *Clarín* de Buenos Aires, *El País* de Madrid o el *New York Times*.

### Una referencia sólida frente al frenesí de los foros

Quien sigue con atención los foros que se generan al pie de las columnas en diarios como, por ejemplo, *La Nación*, corroborará el fervor desmedido, áspero, agresivo y nada amable que tales notas provocan. El columnista debe saber que, una vez publicado su texto, el contenido ya no le pertenece. Cada lector le dará la interpretación que quiera y marcará como prioritarios párrafos que no lo eran para el autor. Publicado el texto o colgado en las redes, lo que allí se dice deja de ser propiedad de quien lo escribió.

El surgimiento de los blogs alentó la creación de nuevos sitios en los que su autor actúa a la vez de periodista y columnista, procurando incidir en los debates públicos. Eso alentó la esperanza de una mayor democratización de la información y la posibilidad de que cualquiera (no solo los periodistas) pueda informar y llegar a la mayor cantidad de gente.

El instrumento fue democratizador, sin duda. Pero eso no significa que un bloguero llegue a los millones y millones de habitantes que tiene el planeta. Su llegada

se circunscribe a familiares y amigos. Con suerte alguien de afuera accederá, de pura casualidad, a algún texto suyo al poner alguna palabra en Google, donde entre muchas posibilidades justo sale ese blog.

No todos los que tienen blogs son genuinos investigadores de noticias. En realidad, recogen lo que escuchan por ahí (muchas veces con rumores falsos), rara vez verifican su veracidad y luego opinan con virulencia sin saber realmente de qué se trata.

A ello se responde, tanto en las redes como en los foros, con discusiones de poco vuelo que suelen ser protagonizadas, asombrosamente, por profesionales universitarios o estudiantes avanzados. Amparados en el anonimato, la agresividad, la desinformación y la ignorancia, la propensión a los golpes bajos, la descalificación rampante, estos debates son desconcertantes y desopilantes. Una charla de café entre parroquianos es más respetuosa y elevada. Es como si los nuevos instrumentos tecnológicos dieran lugar a una libertad inmensa (lo cual es bueno) para decir una increíble sarta de disparates, sin que nadie pueda aclarar que tales discusiones se apoyan en datos erróneos o que sus fundamentos lindan en el delirio. Y quien con sentido de responsabilidad intente intervenir para aportar los datos ciertos o demostrar que se dicen cosas absurdas, terminará arrastrado, denigrado y humillado en esa vorágine de un peculiar debate público.<sup>10</sup>

Muchos lectores, cansados de ese nivel de discusión, resolvieron buscar autores que presenten material de calidad en los sitios de Internet. Buscan la tan denostada “marca”, o sea, medios que en televisión o papel ya tienen credibilidad y prestigio. Pero, insisto, estamos hablando de columnistas profesionales, que manejan con rigor la información y toman distancia del tema que analizan, para verlo por fuera de la pasión y por fuera de todo involucramiento militante.

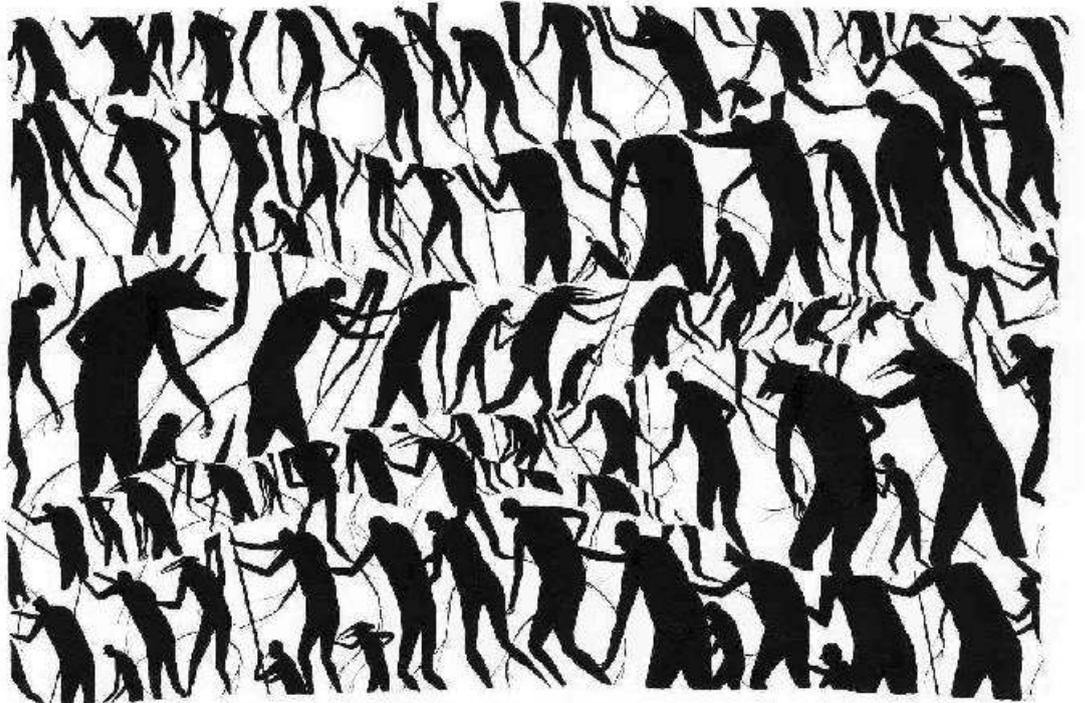
Por eso, contrariamente a lo que sostenía mi amigo, las nuevas tecnologías no han hecho más que revalorar este tipo de periodismo. Y es bueno que así suceda.■

10::

Este tema lo profundicé en una columna publicada en la revista *Búsqueda*, “La degradación de los debates en las redes”, Montevideo, jueves 31 de octubre de 2013.

# Ilustración

David de la Mano



David de la Mano::  
Salamanca, España.  
[daviddelamano@gmail.com](mailto:daviddelamano@gmail.com)

# Christian Rodríguez

"En este proyecto estoy trabajando con las dos compañías más grandes de Vietnam. En el parque Lenin, donde se encuentra la Federación de Circo de Vietnam, son varias las protagonistas. En el edificio del circo, familias y artistas comparten habitación. En la que llamo 'el cuartito rosa', las paredes son de este color y todas sus habitantes son mujeres. En la antigua Saigón, hoy ciudad de Ho Chi Minh, se encuentra el Grupo de Circo de Ho Chi Minh. En su mayoría los artistas viven en un teatro abandonado. Debido a la exigencia física, con poco más de 30 años ya se retiran de la actividad diaria. Una característica de la sociedad vietnamita es casarse a temprana edad. Si bien ninguno de estos artistas está casado, es probable que pronto lo estén."

Así presenta Christian Rodríguez (Montevideo) esta serie de fotos para *dixit*. El autor se inició en la fotografía a los 20 años. Trabajó para varios medios nacionales e internacionales —diarios *La República*, *Últimas Noticias*, *El Observador*, y las agencias France Presse, AP, EFE y Reuters. Realizó campañas de moda y publicidad. En 2007 ingresó en el WIN-Initiative Stock. Al año siguiente ganó la beca Roberto Villagraz. Desde 2009 reside y estudia en Madrid. Ese mismo año recibió el Premio Futuro de su generación.

[www.christian-rodriquez.com](http://www.christian-rodriquez.com)

*"I am working on this project with the two biggest companies in Vietnam. At Lenin Park, home to the Vietnam Circus Federation, several leading companies are to be found. At the circus building, families and artists share rooms. In what I call 'the little rose room' the walls are that color and all inhabitants are female. In the former Saigon, now called Ho Chi Minh City, one can find the Ho Chi Minh Circus Group. Most of the artists live in an abandoned theater. Due to the physical demands of the profession, artists in their early thirties have already retired from daily activity. Early marriage is a characteristic feature of Vietnamese society. Although all of them are single now, they will probably marry soon."*

*This is how Christian Rodríguez (Montevideo) presents this series of photos for dixit. He was introduced to photography when he was 20 years old. He has been employed in several national and international media, like newspapers (La República, Últimas Noticias, El Observador) and news agencies (France Presse, AP, EFE, Reuters). He has done fashion campaigns and ads. In 2007 he was admitted to the WIN-Initiative Stock photography collective. On the following year he won the Roberto Villagraz scholarship. Since 2009 he has been living and studying in Madrid. On that same year he received the Premio Futuro of his class.*

[www.christian-rodriquez.com](http://www.christian-rodriquez.com)













## Poema de la lluvia

Alberto Vital

Me gustaría que lloviera el resto de mi vida, Felina,  
que lloviera así, como llueve ahora,  
ahora que llueve como una tregua,  
como un regreso a la infancia sigilosa,  
como una invitación a tomarse con usted un suave tinto señorial.

Me gustaría que fueras la tregua de mi vida, Felina,  
porque esta vida necesita una tregua  
como cuando a alguien se le perdona que llegue tarde porque llovió mucho  
y ese alguien corrió y mojó un zapato en un charco  
y llega tiritando a la cita y trae el corazón un poco estremecido.

Me gustaría ser una tregua en tu vida, Felina,  
y que me vieras como se ve la noche detrás de la ventana,  
una noche de esas para abrazarse porque afuera llueve y hace frío  
y tú quieres tomar el vino y partir el pan bajo la más dulce penumbra.

Una región en nosotros es un recuerdo, Felina,  
es la memoria de una mañana en que escampa después de la lluvia  
y el pasto está fresco y dan ganas de respirar mucho, muchísimo. ❖❖

Alberto Vital::  
Instituto de Investigaciones  
Filológicas, Universidad  
Nacional Autónoma de  
México, México.  
domingoalbertovital@  
yahoo.com.mx

---

Foto: Pablo Porciúncula.

Secciones

Desde la Academia

Artículos

Rapport

Artículos

Entrevistas

Obra en Comunicación

Ilustración

Texto

Edición actual

Ediciones anteriores



Ed. Número 19 [Ver todas](#)

Búsqueda de artículo



Contacto



Artículos

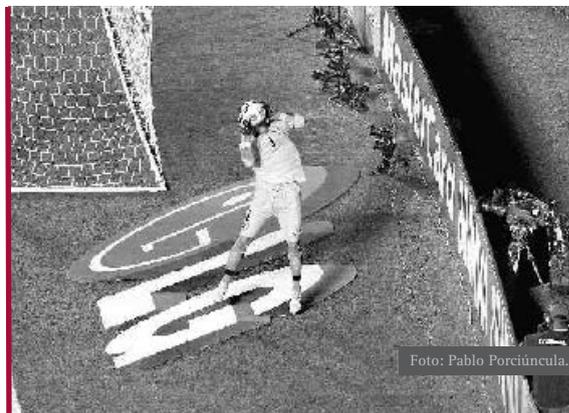


Foto: Pablo Porciúncula.

## El fútbol como espectáculo: el carácter panóptico de su transmisión televisiva

Por Gabriel Guzzo

### RESUMEN

La transmisión televisiva del fútbol se ha convertido en la vía por la cual la mayoría de los aficionados viven este deporte. Sin embargo, la televisación de los partidos convirtió el fútbol en un espectáculo mediatizado, donde la percepción del juego del televidente varía respecto a la del espectador presente en el estadio. Este artículo toma como punto de partida la noción del panóptico de Bentham, y muestra comparativamente la similitud entre algunos aspectos de este concepto y la transmisión de un partido de fútbol. Para ello, deja a un lado la dimensión sonora y se concentra en el análisis de las variaciones causadas por el sistema de cobertura de cámaras seleccionado. En conclusión, busca establecer semejanzas entre el panóptico y las técnicas de cobertura televisiva de un partido de fútbol así como reflexionar sobre las implicaciones que tiene la televisión en la experiencia de este deporte.



**CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE INSTITUCIONALIZACIÓN DEL SISTEMA DE PARTIDOS**  
Matías Ponce



**ARTE Y CORPOREIDAD, UNA APUESTA PARA EL DIÁLOGO INTERCULTURAL**  
Magda García von Hoegen

Número 20



[Descargar PDF](#)

dixit es una revista arbitrada de Comunicación. Está incluida en

las bases de datos de EBSCO



el catálogo de Latindex



En *dixit online* vas a encontrar todos los artículos publicados desde la primera edición. Te invitamos a leerlos y a descargarlos.

## Normas para los colaboradores

### Síntesis curricular

Los autores deben enviar una síntesis curricular de no más de 120 palabras que mencione filiación académica, último grado obtenido, actividad académica o profesional reciente, principales publicaciones o trabajos realizados.

### Síntesis del contenido del artículo

En el caso de los artículos de investigación, aparte del resumen en español y del *abstract* en inglés, los autores también deben enviar una síntesis (resumen ampliado) del contenido del artículo, de entre 400 y 800 palabras.

### Formato

Las colaboraciones se envían por correo electrónico a *dixit* ([dixit@ucu.edu.uy](mailto:dixit@ucu.edu.uy)). Los textos van en Word, tipo de letra Times New Roman, tamaño 12 puntos, interlineado doble. Las notas a pie de página, en el mismo tipo de letra, tamaño 10 puntos, interlineado simple. Los archivos visuales se envían en formato JPG con alta resolución de 300 dpi, 25 cm de base y en escala de grises.

Si las colaboraciones contienen tablas, figuras, ilustraciones o fotografías, el autor debe proporcionar la información necesaria para identificarlas: título, leyenda descriptiva, fecha, autoría, fuente y créditos. Se envían en archivo aparte denominado "Anexos del título del artículo", indicando en la primera página el título del artículo y el autor.

Las reseñas deben tener completos los datos bibliográficos de la obra reseñada: autor, año de publicación, título, ciudad de publicación, casa editora y número de páginas. También incluyen el nombre, el apellido y la filiación institucional del autor de la reseña. Todo trabajo enviado a *dixit* debe estar completamente terminado de forma y de contenido.

### Elementos formales

Los artículos de investigación, los de actualización, los de divulgación y las entrevistas incluyen los siguientes elementos: título, datos del autor, resumen en español y *abstract* en inglés, cinco palabras clave en español y cinco en inglés, referencias parentéticas, notas (en caso de ser necesarias) y referencias bibliográficas al final del texto.

**1. Título.** Centrado en la parte superior de la primera página, enuncia de manera sintética, sencilla y clara la idea principal del artículo. Se sugiere una extensión no mayor a 12 palabras. Si es necesario agregar un subtítulo, este se separa del título mediante dos puntos.

**2. Nombre y apellido del autor.** Se escribe centrado debajo del título del trabajo. Se omiten títulos y grados académicos.

**3. Filiación institucional.** Centrados debajo del nombre del autor, se escriben el nombre de la unidad académica (departamento, centro, facultad o instituto) y el de la universidad donde se ubica. Cuando el autor no pertenece a una institución académica, se indican la ciudad y el país de residencia. En ambos casos, los elementos se separan mediante coma. A continuación, se coloca un asterisco que expresa en nota a pie de página el país y la dirección de correo electrónico del autor.

**4. Resumen del artículo y palabras clave en español.** Van en una página nueva, que comienza con la leyenda "Resumen", centrada en la parte superior de la página. El resumen o *abstract* es un párrafo de hasta 150 palabras de extensión, con sentido completo en sí mismo, en el cual se exponen de manera breve y clara: objetivo del artículo, contenidos principales, metodología empleada y conclusiones, resultados, implicaciones o aplicaciones a los que el autor llegó.

A continuación del resumen, en el siguiente renglón alineada a la izquierda se escribe la leyenda "Palabras clave", y después de dos puntos se citan en orden de lo general a lo particular cinco palabras que constituyen los identificadores del texto.

**5. Abstract y keywords en inglés.** Después de las palabras clave, separada por un renglón se escribe centrada la leyenda "Abstract", y abajo la traducción al inglés del resumen en español. En el siguiente renglón, alineada a la izquierda se escribe la leyenda "Keywords", y después de dos puntos la traducción al inglés de las palabras clave en español.

**6. Paginación.** A partir de la hoja donde comienza el artículo, las páginas deben estar numeradas, a partir del número 1.

**7. Referencias.** Deben ser precisas, completas y útiles. Proporcionan un modo fiable de localizar los trabajos que han influido directamente en la colaboración. Se escriben, según el sistema de autor-año, entre paréntesis a continuación de una cita textual, una paráfrasis o una descripción de las ideas de otro autor.

7.1. Si es una paráfrasis o una descripción de las ideas de otro autor, en el paréntesis se coloca el apellido del autor separado del año de publicación mediante coma.  
Ejemplo: (Aguerre, 2007).

7.2. Si se trata de una cita textual, en el paréntesis, además del año de publicación, se escribe coma y el número arábigo de la página o de las páginas, precedido por la abreviatura "p." o "pp.", según corresponda.  
Ejemplos: (Rincón, 2006, p. 47); (Rincón, 2006, pp. 47-48).

7.3. Si la cita textual comprende más de 40 palabras, se destaca en un bloque independiente del texto y se escribe sin comillas. El

paréntesis con la referencia se escribe a continuación en el mismo bloque de texto.

7.4. Si un autor tiene más de una obra citada con el mismo año de publicación, se distinguen agregando una letra minúscula enseguida de la fecha.

Ejemplo: (Rincón, 2006a, p. 47).

7.5. Si un autor es citado textualmente por otro autor de quien se toma la cita, entre paréntesis primero se consigna el apellido del autor de la cita textual, luego se escribe "citado por", y por último se pone el apellido del autor, el año de la obra y el número de la página donde se encuentra la cita textual referida.

Ejemplo: (Deleuze citado por Alliez, 1996, p. 49)

7.6. Si en un mismo paréntesis se refiere a dos o más trabajos de diferentes autores, estos se separan por medio de punto y coma.

Ejemplo: (Aguerre, 2007; Rincón, 2006).

7.7. Si en el texto del artículo se menciona el apellido del autor, este no se repite dentro del paréntesis. Solo se colocan el año y el número de página, si corresponde.

Ejemplo: Rincón (2006, p. 17) sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos". Si en el texto del artículo, además del apellido del autor, aparece el año de publicación, este tampoco se repite dentro del paréntesis.

Ejemplo: En 2006, Rincón sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos" (p. 17).

**8. Notas a pie de página.** Las notas no deben exceder las 80 palabras. Proporcionan explicaciones, comentarios, revisión bibliográfica o cualquier otra clase de información adicional que enriquece o aclara el contenido de la colaboración. No se usan abreviaturas latinas.

**9. Lista de referencias bibliográficas.** Se coloca al terminar el artículo en una página nueva, que lleva centrada la leyenda "Referencias bibliográficas". Incluye ordenados alfabéticamente por el apellido del autor solo los materiales utilizados directamente en la colaboración (citados textualmente, parafraseados, descritos). Cada entrada va alineada a la izquierda con sangría francesa, e incluye los siguientes datos:

#### 9.1. Autor

a. Se escriben los nombres y apellidos completos de hasta tres autores: el primer autor empezando por el apellido, separado del nombre mediante coma. Los autores subsecuentes se escriben en orden normal, primero el nombre y a continuación el apellido. El nombre del último autor va precedido por coma seguida de "y".

Ejemplo: Dutto, María Cristina, Silvia Soler, y Silvana Tanzi (2008).

b. Si son más de tres autores, solo se escribe el primer autor, empezando por el apellido. Los demás autores se sustituyen por et al. Esta locución latina significa "y otros" (*et alii*), se escribe

sin cursivas, precedida por coma, y con punto después de *al*.

Ejemplo: Balcázar, Patricia, et al. (2005). Aquí et al. corresponde a Norma Ivonne González-Arratia, Gloria Margarita Gurrola, y Alejandra Moysén.

c. Los responsables de la publicación, como editores, compiladores, directores, coordinadores, organizadores toman el lugar del autor, y a continuación del nombre se agrega entre paréntesis y abreviada la función que desempeñaron.

Ejemplo: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012).

d. Lo mismo sucede cuando los autores son instituciones u organizaciones, como Real Academia Española, American Psychological Association (APA) o UNESCO.

9.2. Año de publicación. Se coloca entre paréntesis, separado del autor por espacio, y seguido por punto.

#### 9.3. Título

a. De libros, revistas, publicaciones periódicas, películas, videos, programas de televisión se escriben en cursivas, seguido por punto.

Ejemplo: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*.

b. De capítulos de libros van entre comillas. A continuación se escriben el nombre y el apellido del autor o de los responsables de la publicación, y en cursivas el título del libro que lo contiene, precedido por coma y por la preposición "en".

Ejemplo: Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión", en Miguel Ángel Nicolás Ojeda, y María del Mar Grandío Pérez (coords.). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*.

c. De artículos de revistas van entre comillas. Luego separado por coma se pone en cursivas el título de la publicación que lo contiene y también en cursivas y en números arábigos el volumen de la publicación.

Ejemplo: Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit* 2.

9.4. Los datos de publicación se escriben separados por coma.

a. Ciudad de publicación. Solo en caso de ambigüedad se coloca entre paréntesis el nombre del país.

b. Casa editora. No se incluye el sustantivo "editorial" (excepto cuando este acompaña a un adjetivo, y ambos constituyen el nombre de la editorial; por ejemplo, Editorial Sudamericana) ni las abreviaturas Ed., Ltd., Co., S. A. de C. V., entre otras.

c. En el caso de un artículo de revista, el nombre y el volumen de la publicación sustituyen a la ciudad de publicación y a la casa editora.

9.5. Los números de páginas se consignan al final de la entrada, precedidos por la abreviatura "pp.", solo cuando se trata de un capítulo de un libro o de un artículo de revista.

9.6. Las entradas de un documento electrónico incluyen autor, fecha de publicación, título del documento. Si se trata del título de

un artículo de una revista electrónica, se escribe el título entre comillas y luego, en cursivas, el nombre de la revista y el volumen, separados por coma de las páginas que abarca. Si se trata de un libro en versión electrónica, el título se escribe en cursivas. A continuación, después de punto se pone "Recuperado de", y se escribe el DOI (*Digital Object Identifier*, Identificador Digital de Objetos), o se copia completo el URL (*Uniform Resource Locator*, Localizador Uniforme de Recursos) de la página de internet de donde se obtuvo el documento. No se coloca punto después del DOI ni del URL, y solo se agrega la fecha de recuperación del documento cuando se sabe que este es susceptible de modificaciones. Ejemplo: Izaguirre, Mónica (2011). "El arte de saber movilizar saberes", *dixit* 15, pp. 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

### Ejemplo de lista de referencias bibliográficas

- Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit* 2, pp. 24-30.
- American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México, El Manual Moderno.
- Balcázar, Patricia, et al. (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca (México), Universidad Autónoma del Estado de México.
- Balsa, María, y Beatriz Bugallo (2011). *Industrias creativas y propiedad intelectual*. Montevideo, Dicrea.
- Dutto, María Cristina, Silvia Soler, y Silvana Tanzi (2008). *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*. Montevideo, Editorial Sudamericana Uruguay-Universidad Católica del Uruguay.
- Izaguirre, Mónica (2011). "El arte de saber movilizar saberes", *dixit* 15, pp. 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>
- Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión", en Miguel Ángel Nicolás Ojeda, y María del Mar Grandío Pérez (coords.). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa, pp. 51-62.
- Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa.
- Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

### Rules for collaboration

#### Curricular synthesis

The authors must send a curricular synthesis of no more than 120 words that mentions academic affiliation, latest degree obtained, recent academic or professional activity, main publications or works done.

#### Content synthesis

In the case of research papers, besides its summary in Spanish and the abstract in English, authors must also submit a synthesis of the article's content, with an extension of 400 to 800 words.

#### Format

Contributions are sent by email to *dixit* ([dixit@ucu.edu.uy](mailto:dixit@ucu.edu.uy)). Texts must be submitted as Word documents, with font Times New Roman, 12, double-space text. Footnotes in the same font, 10, single-space text. Visual files are sent in JPG format with high resolution, 300 dpi, 25 cm of base and in grey scale.

If the contributions include charts, illustrations or pictures, the author must provide the necessary information to identify them: title, descriptive legend, date, authorship, source and credits. They are sent as a separate file called "Anexos y el título del artículo", with the title of the article and its author on the first page.

Reviews must contain the complete bibliographic information of the subject on review: author, year published, title, city of publication, editor and page numbers. They must also include the name, last name and institutional affiliation of the review's author.

#### Formal elements

Research and educative articles, as well as updates and interviews, include the following elements: title, the author's information, a summary in Spanish, an abstract in English, five keywords in Spanish and five in English, parenthetic references, notes (when necessary) and a list of bibliographic references at the end of the text.

**1. Title.** Centered at the top of the first page, expressing in a synthetic, clear and simple way the main idea of the article. An extension of no more than 12 words is suggested. If it is necessary to add a subtitle, this must be separated from the title by a colon.

**2. Author's name and last name.** It must be centered under the title. Academic degrees are omitted.

**3. Institutional affiliation.** The academic unit (department, center, school or institute) and the university of origin must be written in a central position under the author's name. When the author does not belong to an academic institution, the city and country of residence must be written. In both cases, the elements are separated by a comma. Next to them, an asterisk is placed, which refers to a footnote conveying the country and email address of the author.

**4. Article summary and key words in Spanish.** They must be written in a new page, which begins with the legend "Resumen", centered at the top of the page. The summary is a single paragraph, complete in itself, amounting up to 150 words. It exposes, briefly and clearly, the objective, main contents, methodology used and conclusions, implications or applications found by the author. On the next line, to the left, must appear the legend "Palabras clave" followed by a colon, introducing the five words that operate as identifiers of the text, from the most general to the most specific.

**5. Abstract and keywords in English.** After the key words, separated by a hyphen, the legend "Abstract" must appear in a central position, with the English translation of the Spanish

summary below it. In the next line, to the left, should appear the legend "Keywords", and after a colon, the English translation of the Spanish key words.

**6. Page numbers.** Pages must be numbered from the first page of the article, starting with number 1.

**7. References.** They must be precise, complete and useful. They should provide a reliable way to locate the works that have directly influenced the present contribution. They must be written according to the Harvard system: between parenthesis following a verbatim quotation, a paraphrase or a description of the ideas of another author.

7. 1. If the author paraphrases or describes the ideas of another author, his or her last name must be included between parentheses, separated from the year of publication by a comma. Example: (Aguerre, 2007).

7. 2. Verbatim quotations also include, besides the year of publication, the Arabic number that corresponds to the page or pages, preceded by the abbreviation "p." or "pp.", respectively. Examples: (Rincón, 2006, p. 47); (Rincón, 2006, pp. 47-48).

7. 3. If the verbatim quotation exceeds 40 words, then it must be emphasized in an independent block from the text, written without quotation marks. The parentheses with the reference follow that block of text.

7. 4. If an author is quoted for more than one work, with the same year of publication, each work is identified by adding a letter in lowercase immediately after the date. Example: (Rincón, 2006a, p. 47).

7. 5. If an author is quoted verbatim by another author from whom the quotation is taken, the last name of the original (quoted) author must be placed first, followed by the words "quoted by", and finally, the last name of the author making the quotation, the year of publication and the page number where the verbatim quotation is taken from. Example: (Deleuze quoted by Alliez, 1996, p. 49)

7. 6. If one set of parentheses refers to two or more Works of different authors, these are separated by a semicolon. Example: (Aguerre, 2007; Rincón, 2006).

7. 7. If the text contains the author's last name, it should not be repeated within the parentheses. Only the year and page number must be written, if necessary. Example: Rincón (2006, p. 17) sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos". If the year of publication, besides the author's last name, appears on the text of the article, then it need not be placed within the parentheses. Example: En 2006, Rincón sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos" (p. 17).

**8. Footnotes.** They provide explanations, comments, bibliographic review or any other kind of additional information, which

enhances or clarifies the content of the present contribution. No Latin abbreviations must be used and each note must not exceed 80 words.

**9. List of bibliographic references.** It is written at the end of the article in a new page, with the legend ""Referencias bibliográficas" in center position. It is alphabetically organized according to the author's last name and it only includes the materials used in the contribution (verbatim quotations, paraphrases or descriptions). Each entry is aligned to the left with hanging indentation. It includes the following information:

9. 1. Author

a. All names and last names of up to three authors: the first author starts with the last name, separated by a comma from the name. The following authors must be written in a normal name-last name order. The name of the last author is preceded by a comma, followed by an "and".

Example: Dutto, María Cristina, Silvia Soler, and Silvana Tanzi (2008).

b. If there are more than three authors, only the first author is referenced, starting with his or her last name. The other authors are replaced by et al. This Latin abbreviation means "and others" (et alii), it is written without italics and with a period after "al".

Example: Balcázar, Patricia et al. (2005). Here, et al. corresponds to Norma Ivonne González-Arratia, Gloria Margarita Gurrola, and Alejandra Moysén.

c. Those responsible for the publication, such as editors, compilers, directors, coordinators, organizers, take the place of the author. Following the name, a set of parentheses is written to enclose, as an abbreviation, the function which they performed.

Example: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012).

d. The same goes for corporate authors or institutions operating like a personal author, such as Real Academia Española, American Psychological Association (APA) or UNESCO.

9. 2. Year of publication. It is written between parentheses, separated from the author by a space, and followed by a period.

9. 3. Title

a. If it is the title of a book, a journal, periodic publication, films, videos, TV shows, it is written in italics, followed by a period.

Example: Ejemplo: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.

b. If it is the title of a chapter in a book, it must written within quotation marks. Immediately after, the name and last name of the author or those responsible for the publication must be written, followed by the title of the publication in which they appear, in italics and preceded by a comma and the preposition "en".

Example: Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: trending topics y la nueva

televisión", en Miguel Ángel Nicolás Ojeda, y María del Mar Grandío Pérez (coords.). Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.

c. The title of a magazine article must be written within quotation marks. It should be followed by a comma and the title of the publication containing the article, in italics. The volume of the publication, in Arabic numbers, must be written in italics, too.

Example: Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit* 2.

9. 4. Each piece of information regarding publications quoted in the article is separated by a comma.

a. City of publication. Only in the case of ambiguity should the name of the country be written between parentheses.

b. Editor. Do not include the name "Editor" (that is only allowed when it accompanies an adjective and both of them together constitute the name of the publishing house, for example: Editorial Sudamericana). Do not include abbreviations (Ed., Ltd., Co., S.A de C.V, among others).

c. In the case of a journal article, the name and volume of the publication substitute the city of publication and its editor.

9. 5. Only in the case of a book chapter or journal article, the page numbers are written at the end of the quotation, preceded by the abbreviation "pp."

9.6 The quotations from an electronic document include author, date of publication, title of the document, without quotation marks or italics. If it is an article in an electronic journal, the title goes in italics, followed by the name of the journal and its volume, and then the number of pages, separated by a comma. Next after the period, comes the legend "recuperado de" (i.e. "retrieved from"), the DOI (Digital Object Identifier) must be written or the complete URL (Uniform Resource Locator) is copied from the page where the document was published. No period after the DOI or URL and the date when the document was retrieved is added only when it is susceptible to modifications.

Example: Izaguirre, Mónica (2011). El arte de saber movilizar saberes, *dixit* 15, 27-33, retrieved from <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

#### Example of list of Bibliographic references

Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit* 2, pp. 24-30.

American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México, El Manual Moderno.

Balcázar, Patricia et al. (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca (México), Universidad Autónoma del Estado de México.

Balsa, María, y Beatriz Bugallo (2011). *Industrias creativas y propiedad intelectual*. Montevideo, Dicrea.

Dutto, María Cristina, Silvia Soler, y Silvana Tanzi (2008). *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*. Montevideo, Editorial Sudamericana Uruguay-Universidad Católica del Uruguay.

Izaguirre, Mónica (2011). "El arte de saber movilizar saberes",

*dixit* 15, 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión", en Miguel Ángel Nicolás Ojeda, y María del Mar Grandío Pérez (coords.). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa, pp. 51-62.

Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, y María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa.

Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

#### Normas para os colaboradores

##### Currículo resumido

Os autores devem enviar um breve currículo, de no máximo 120 palavras, contendo afiliação acadêmica, maior nível de titulação obtido, atividade acadêmica ou profissional recente, e principais publicações ou trabalhos realizados.

##### Resumo expandido

No caso de artigos de pesquisa, além do resumo em espanhol e de *abstract* em inglês, os autores deverão enviar um resumo expandido do conteúdo do artigo, de no mínimo 400 e no máximo 800 palavras.

##### Formatação

As contribuições serão submetidas a *dixit* através de correio eletrônico ([dixit@ucu.edu.uy](mailto:dixit@ucu.edu.uy)). Os textos deverão estar em formato Word, em fonte Times New Roman tamanho 12, espaçamento duplo. As notas deverão vir no rodapé da página, no mesmo tipo de fonte, tamanho 10, espaçamento simples. Os arquivos de imagem deverão ser encaminhados em formato JPG, em alta resolução de 300 dpi, 25 cm de largura e em escala de cinza.

Se houver tabelas, figuras, ilustrações ou fotografias, o autor deverá fornecer a informação necessária para identificá-las: título, legenda descritiva, data, autoria, fonte e créditos. Serão enviadas em arquivo separado nomeado "Anexos do título do artigo", indicando na primeira página o título do artigo e o autor.

As resenhas deverão apresentar as referências bibliográficas completas da obra resenhada: autor, ano de publicação, título, local (cidade) de publicação, editora e número de páginas. Deverá constar também o nome, sobrenome e afiliação institucional do autor da resenha.

Todo trabalho submetido a *dixit* deve estar completamente concluído em forma e conteúdo.

##### Elementos formais

Os artigos de pesquisa, artigos de atualização, artigos de divulgação e entrevistas devem incluir os seguintes elementos: título, dados do autor, resumo em espanhol e *abstract* em inglês,

cinco palavras chave em espanhol e cinco em inglês, citações parentéticas, notas (se for preciso) e referências bibliográficas após o texto.

**1. Título.** Centralizado na parte superior da primeira página, deve apresentar de modo sintético, simples e claro a ideia principal do artigo. Sugere-se uma extensão máxima de 12 palavras. Se for preciso incluir um subtítulo, separar-se-á do título mediante dois pontos.

**2. Nome e sobrenome do autor.** Deve ser escrito centralizado, abaixo do título do trabalho. Diplomas e graus acadêmicos serão omitidos.

**3. Afiliação institucional.** Centralizado, abaixo do nome do autor, indica a unidade acadêmica (departamento, centro, faculdade ou instituto) e o nome da universidade à qual se filia o autor. Caso o autor não pertença a uma instituição acadêmica, deverá indicar a cidade e o país de residência. Em ambos os casos, os elementos devem separar-se mediante vírgula. Imediatamente após, inserir uma chamada a nota de rodapé mediante asterisco, indicando país e correio eletrônico do autor.

**4. Resumo do artigo e palavras chave em espanhol.** Deverão ser escritos em folha distinta, com a legenda "Resumen" centralizada na parte superior da página. O resumo ou *abstract* é um parágrafo de até 150 palavras, com sentido completo, que apresenta de modo breve e claro: objetivo do artigo, conteúdos principais, metodologia adotada e conclusões, resultados, consequências extraídas ou aplicações desenvolvidas pelo autor.

Na linha abaixo do resumo, alinhada à esquerda, coloca-se a legenda "Palabras clave", seguida de dois pontos, após os quais destacam-se cinco palavras que identificam o trabalho, ordenadas do geral ao particular.

**5. Abstract e keywords em inglês.** Um espaço abaixo das palavras chave, centralizada, coloca-se a legenda "*Abstract*". Imediatamente abaixo, apresenta-se a tradução para o inglês do resumo. Na linha seguinte, alinhada à esquerda, escreve-se a legenda "*Keywords*", seguida de dois pontos, após os quais coloca-se a tradução para o inglês das palavras chave.

**6. Numeração das páginas.** As páginas devem ser numeradas, iniciando pelo número 1, a partir da primeira folha do artigo.

**7. Referências.** Devem ser precisas, completas e úteis. Apresentam de modo confiável a localização dos trabalhos que têm influenciado diretamente a contribuição. Colocam-se seguindo o sistema autor-data, entre parêntese, imediatamente após uma citação textual, uma paráfrase ou após uma ideia de outro autor.

7. 1. Se for uma paráfrase ou uma descrição de ideias de outro autor, coloca-se entre parêntese o sobrenome do autor, separado da data de publicação mediante vírgula.  
Exemplo: (Aguerre, 2007).

7. 2. Se for uma citação textual, coloca-se entre parêntese, após a data de publicação e separado por uma vírgula, o número arábico da página ou páginas, antecedido da abreviatura "p." ou "pp.", conforme o caso.

Exemplos: (Rincón, 2006, p. 47); (Rincón, 2006, pp. 47-48).

7. 3. Se a citação textual tiver mais de 40 palavras, destaca-se em parágrafo distinto sem aspas. A referência entre parêntese escreve-se no mesmo parágrafo, imediatamente após a citação.

7. 4. Se houver citações de várias obras do mesmo autor com a mesma data de publicação, acrescenta-se uma letra minúscula após a data.

Exemplo: (Rincón, 2006a, p. 47).

7. 5. Se houver citação de citação textual, coloca-se entre parêntese o sobrenome do autor da fonte original e, imediatamente após, escreve-se "citado por", seguido do sobrenome do autor, data de publicação e número de página da fonte consultada.

Exemplo: (Deleuze citado por Alliez, 1996, p. 49)

7. 6. Se houver referência a dois ou mais trabalhos de autores diferentes, apresentam-se separados por ponto e vírgula.

Exemplo: (Aguerre, 2007; Rincón, 2006).

7. 7. Se o sobrenome do autor for mencionado no texto do artigo, não se coloca entre parêntese. Coloca-se apenas a data de publicação e o número de página se corresponder.

Exemplo: Rincón (2006, p. 17) afirma que "*la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos*".

Se, além do sobrenome do autor, aparecer no texto do artigo a data de publicação, a mesma não se coloca entre parêntese.

Exemplo: Em 2006, Rincón afirma que "*la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos*" (p. 17).

**8. Notas de rodapé.** As notas não podem exceder as 80 palavras. Destinam-se a esclarecimentos, comentários, revisão bibliográfica ou qualquer outra informação complementar, que enriqueça ou esclareça o conteúdo da contribuição. Não usar abreviaturas latinas.

**9. Lista de referências bibliográficas.** Coloca-se após o artigo em página distinta, com a legenda "Referências bibliográficas" centralizada. Deve incluir apenas os documentos usados diretamente no trabalho (citados textualmente, parafraseados, descritos), ordenados alfabeticamente pelos sobrenomes dos autores. Cada entrada é alinhada à esquerda, sem recuo na primeira linha, e deve incluir os seguintes dados:

9. 1. Autor

a. São escritos os nomes e sobrenomes completos de até três autores: o primeiro autor iniciando pelo sobrenome, seguido do nome separado por vírgula. Os autores subsequentes são apresentados colocando primeiro o nome e depois o

sobrenome. O nome do último autor é precedido por vírgula seguida de "e".

Exemplo: Dutto, María Cristina, Silvia Soler, e Silvana Tanzi (2008).

b. Se forem mais de três autores, é escrito apenas o nome do primeiro, iniciando pelo sobrenome. Os outros autores são substituídos por *et al.* Esta locução latina significa "e outros" (*et alii*), não deve ser escrita em itálico, deve ser precedida por vírgula e seguida de ponto.

Exemplo: Balcázar, Patricia, et al. (2005). Onde *et al.* substitui Norma Ivonne González-Arratia, Gloria Margarita Gurrola, e Alejandra Moysén.

c. Em caso dos responsáveis da publicação serem editores, compiladores, diretores, coordenadores ou organizadores, a entrada deve ser feita pelos seus nomes, seguidos da abreviatura da função editorial entre parêntese.

Exemplo: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, e María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012).

d. A entrada deve ser feita da mesma forma caso a autoria corresponda a instituições ou organizações, como *Real Academia Española*, *American Psychological Association* (APA) ou UNESCO.

9. 2. Data de publicação. Deve ser inserida entre parêntese, separado do autor por espaço, e seguido de ponto.

### 9.3. Título

a. De livro, revista, publicação periódica, filmes, vídeos, programas de televisão, deve ser escrito em itálico, seguido de ponto.

Exemplo: Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, e María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.*

b. De capítulo de livro, deve colocar-se entre aspas. Imediatamente após, deve ser escrito o nome e sobrenome do autor ou dos responsáveis pela publicação, e o título do livro no todo em itálico, precedido por vírgula e pela preposição "em".

Exemplo: Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión", em Miguel Ángel Nicolás Ojeda, e María del Mar Grandío Pérez (coords.). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.*

c. De artigos de revista, deve colocar-se entre aspas. Após, separado por vírgula, deve colocar-se o título da publicação no todo em itálico e, também em itálico, o volume da publicação em algarismos arábicos.

Exemplo: Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit 2*.

9. 4. Os dados de publicação devem ser escritos separados por vírgula.

a. Local (cidade) de publicação. Apenas em caso de ambigüidade coloca-se entre parêntese o nome do país.

b. Casa publicadora. Não incluir o substantivo "editora" (exceto se for acompanhado de adjetivo, sendo ambos parte

do nome da editora; por exemplo, *Editorial Sudamericana*) nem as abreviaturas Ed., Ltd., Co., S. A. de C. V., entre outras.

c. Em caso de artigo de revista, o nome e o volume da publicação substituem o local de publicação e a casa publicadora.

9. 5. Os números de páginas devem ser inseridos ao final da entrada, precedidos pela abreviatura "pp.", apenas se for um capítulo de livro ou um artigo de revista.

9. 6. As entradas de documento eletrônico devem incluir autor, data de publicação, título do documento. Em caso de artigo de revista eletrônica, o título deve ser escrito entre aspas e após, em cursivo, deve colocar-se o nome da revista e o volume, separados por vírgula das páginas referenciadas. Em caso de livro em versão eletrônica, o título deve ser escrito em cursivo, seguido de ponto. Imediatamente após, coloca-se "Recuperado de" e deve ser inserido o DOI (*Digital Object Identifier*, Identificador Digital de Objetos), ou copiado o URL completo (*Uniform Resource Locator*, Localizador Uniforme de Recursos) da página de internet na qual o documento foi obtido. Não colocar ponto após o DOI nem após o URL. A data de acesso ao documento deve ser inserida apenas se o mesmo for suscetível de modificações.

Exemplo: Izaguirre, Mónica (2011). "El arte de saber movilizar saberes", *dixit 15*, pp. 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

### Exemplo de lista de referências bibliográficas

Aguerre, Carolina (2007). "Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad", *dixit 2*, pp. 24-30.

American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México, El Manual Moderno.

Balcázar, Patricia, et al. (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca (México), Universidad Autónoma del Estado de México.

Balsa, María, e Beatriz Bugallo (2011). *Industrias creativas y propiedad intelectual*. Montevideo, Dicrea.

Dutto, María Cristina, Silvia Soler, e Silvana Tanzi (2008). *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*. Montevideo, Editorial Sudamericana Uruguay-Universidad Católica del Uruguay.

Izaguirre, Mónica (2011). "El arte de saber movilizar saberes", *dixit 15*, pp. 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

Noguera Vivo, José Manuel (2012). "Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión", em Miguel Ángel Nicolás Ojeda, y María del Mar Grandío Pérez (coords.). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa, pp. 51-62.

Ojeda, Miguel Ángel Nicolás, e María del Mar Grandío Pérez (coords.) (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, Gedisa.

Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

**dixit** fue declarada revista de fomento artístico cultural e integra el registro de los Fondos de Incentivo Cultural

# dixit es cultura

El Consejo Nacional de Evaluación y Fomento de Proyectos Artístico Culturales (CONAEF) y la Dirección Nacional de Cultura (MEC) según la ley 17.930, del 19 de diciembre de 2005, y reglamentada por el decreto 364/07, de 1.º de octubre de 2007, dejó constancia de que

el proyecto n.º L33.10 Dixit Comunicación Profesión Conocimiento, de la categoría letras, a cargo de la Universidad Católica del Uruguay

fue declarado de fomento artístico cultural e integra el registro correspondiente a los Fondos de Incentivo Cultural.

Más información sobre los Fondos de Incentivo Cultural:  
<http://www.fondosdeincentivocultural.gub.uy/>

