



# Saberes y Diálogos

Revista Boliviana de Estudios en Comunicación

Número 3, octubre de 2023

ISSN. 2789-8148

*Medios y motivaciones*  
*Libertad de prensa*  
*Ciencias Sociales*  
*Comunicadores*  
*Universidad*  
*Periodismo*  
*Análisis*  
*Reflexión*  
*Profesionales*  
*Investigación*

# Saberes y Diálogos

## Revista Boliviana de Estudios en Comunicación

Número 3

Octubre de 2023

ISSN: 2789-8148

3	<b>Presentación</b>	
7	<b>Comunicación, instituciones y crisis</b>	
9	<i>Lola Paucara Condori</i>	El plagio de logotipos institucionales: una reflexión ética sobre el respeto a la propiedad intelectual
25	<i>Miguel Ángel Pinto Parabá</i>	La acción explotadora, ideologizadora y beligerante de los medios comerciales en un momento de crisis nacional general en Bolivia (1970-1971)
43	<b>Medios y política</b>	
45	<i>María Teresa Zegada Claure</i> <i>Marcelo Guardia Crespo</i>	El meme como nueva forma de construcción de opinión política en Bolivia
63	<b>Comunicación y pandemia</b>	
65	<i>Rossana Zapata Arriarán</i>	La soledad de tres mujeres de más de 70 años
87	<b>Ensayo</b>	
89	<i>Jesús Galindo Cáceres</i>	Hacia una comunicología del tiempo social Notas para un programa de estudios
109	<i>Octavio Islas Carmona</i> <i>Amaia Arribas Urrutia</i>	La televisión, un medio mágico
131	<b>Trayectorias</b>	
133	<i>Entrevista</i>	Marcelo Guardia Crespo
147	<b>Reseñas</b>	
167	<b>Miscelánea</b>	Los diplomados del IpiCOM Aporte del IpiCOM en el 45 Aniversario de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA El IpiCOM rumbo a su consolidación Publicaciones del IpiCOM
185	<b>Autores</b>	
188	<b>Para autores</b>	
189	<b>In memoriam</b>	

Número 3, octubre de 2023

ISSN 2789-8148

**Universidad Mayor de San Andrés**  
**Carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

**Directora del IpiCOM**  
Gabriela Sotomayor Terceros

**Coordinadora y editora**  
Marlene Choque Aldana

**Asistente de edición**  
Paola Murillo Pérez

Traducción al inglés: Cecilia Córdova Liendo.  
Traducción al portugués: Inaê Elias Magno da Silva.

Diagramación: Marlene Choque Aldana  
Diseño de tapa: Jaime Alzérrecá Pérez

#### **Comité Editorial**

Jenny Ampuero (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno), Tamara Liendo (Universidad Mayor de San Andrés), Karina Olarte (Universidad Católica Boliviana, Regional Tarija), Esperanza Pinto Sardón (Universidad Mayor de San Andrés), Erick Torrico Villanueva (Universidad Andina Simón Bolívar).

#### **Consejo Científico**

Andrés Cañizález (Venezuela), Alejandra Cebrelli (Argentina), Jesús Galindo (México), María Cristina Gobbi (Brasil), Octavio Islas (España), José Miguel Pereira (Colombia), Francisco Sierra (España), Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre (Ecuador), Marta Rizo (México).

#### **Autores en este número**

Miguel Ángel Aguilar, Amaia Arribas, Jesús Galindo, Grecia Gonzales, Marcelo Guardia, Octavio Islas, Lola Paucara, Libertad Paye, Miguel Ángel Pinto, César Siles, María Rossana Zapata, María Teresa Zegada .

Las ideas expuestas en los artículos son de responsabilidad de los autores. No expresan necesariamente las opiniones del IpiCOM.

Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) Facultad de Ciencias Sociales  
Carrera de Comunicación Social  
Instituto de Investigación Posgrado e Interacción Social en Comunicación  
Campus Universitario de Cota Cota, Av. Andrés Bello esq. Calle 30A Teléfono: 591-2-2619295  
E-mail: [revistaipicom@umsa.bo](mailto:revistaipicom@umsa.bo) Web: <https://saberes.umsa.bo>  
La Paz – Bolivia

© Instituto de Investigación Posgrado e Interacción Social en Comunicación  
© Autores

D.L.: 4-3-389-2021.

# Presentación

Al cumplirse los diez años de su creación, el Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación, IpiCOM, de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, UMSA, presenta el tercer número de *Saberes y Diálogos. Revista Boliviana de Estudios en Comunicación*. Es un aporte del IpiCOM a la promoción de la investigación, al debate comunicacional y al fortalecimiento de la comunidad académica de Comunicación en la UMSA.

El contenido de este tercer número refleja algunas preocupaciones que alientan a los investigadores de nuestra región: los medios, las crisis, la ética, la política convencional y la política viral, la pandemia y los problemas comunicacionales que generó, así como las reflexiones del tiempo y la nostalgia por los medios que dieron el telón de fondo a la niñez y juventud de varias generaciones y que en los tiempos de confinamiento volvieron a ser compañía obligada.

Este número muestra también el crecimiento que está teniendo *Saberes y Diálogos*. Se cuenta con ensayos de connotados estudiosos de la comunicación a nivel internacional. Se tienen reseñas y artículos preparados por investigadores de diferentes ámbitos académicos en Bolivia. En relación con los temas tratados, en consonancia con el nombre de la revista, se enfatiza en la necesidad del diálogo de saberes para abordar objetos comunicacionales complejos como la imposibilidad de comunicar o la falta de comunicación. Además, se incorporan reflexiones sobre el tiempo y sobre la importancia de los medios en la configuración de la sociedad actual.

Los artículos se organizan en tres grupos. En *Comunicación, instituciones y crisis* se incluyen dos aportes que muestran problemas comunicacionales de las instituciones y problemas de las instituciones de comunicación en períodos críticos. En “El plagio de logotipos institucionales: una reflexión ética sobre el respeto a la propiedad intelectual”, desde una discusión sobre el respeto de los derechos de propiedad intelectual y a partir de tres casos de plagio de logotipos institucionales, Lola Paucara constata que esta “reproducción ilegítima y profana” se tolera en muchos ámbitos aunque inflija daños a la legitimidad de las instituciones y a los creadores originales. La cultura del plagio tendría que ver con una falta de apreciación del valor de la creatividad arrastrada a lo largo de la socialización. El aporte de Miguel Ángel Pinto, “La acción explotadora, ideologizadora y beligerante de los medios comerciales en un momento de crisis nacional general (1971)”, muestra cómo los periódicos comerciales bolivianos actuaron en contra del proceso político que se había iniciado en 1970 y se cortarían definitivamente con el golpe de estado de 1971. El ejemplo de la expropiación estatal y el manejo cooperativo de un periódico por parte de sus trabajadores es expresión de los puntos que alcanzó la crisis política en el campo mediático.

En *Medios y política* se presenta “El meme como nueva forma de construcción de opinión política en Bolivia”, de Marcelo Guardia y María Teresa Zegada exponen un escenario político invadido por las redes sociales y un campo social mediático invadido por la política desde el último gobierno de Evo Morales. En este contexto conflictivo, los memes disputan un lugar no solo en la transmisión de ideas sino en la construcción de opinión. Mediante técnicas netnográficas y grupos de discusión en las mismas redes, se recoge la perspectiva de los ciudadanos sobre los memes, como unidades dinamizadores de críticas y sátira sobre temas y actores políticos y como elementos de creación de tendencias de opinión, que también pueden ser empleados en la disputa política.

*Comunicación y pandemia* incluye “La soledad de tres mujeres de más de 70 años”, de María Rossana Zapata. Este artículo se basa en la experiencia psicoanalítica con tres mujeres de la ciudad de Cochabamba y detalla cómo vivieron y manejaron su soledad, el sufrimiento y la ruptura del lazo social durante los primeros años de la pandemia de la COVID-19. Propone un diálogo entre diferentes campos del saber (gerontología social, la psicología y el psicoanálisis orientación de la de orientación lacaniana) para entender fenómenos sociales y humanos como la soledad, que puede implicar dificultades y aun la imposibilidad de comunicar algunas experiencias. Es una llamada a considerar la dimensión de lo no comunicable en los estudios de la comunicación y a trabajar las investigaciones de maneras inter o transdisciplinarias.

En la sección de *Ensayos* se presentan dos aportes de académicos de amplio prestigio internacional. En “Hacia una comunicología del tiempo social. Notas para un programa de estudios”, Jesús Galindo Cáceres conduce a una reflexión sobre el tiempo social a partir de propuestas analíticas novedosas. Una de ellas establece una analogía entre el tiempo y el comportamiento de la luz como corpúsculo y como onda, en función de la forma de observación, lo cual permitiría observar un tiempo corpuscular cotidiano y un tiempo onda como “totalidad en movimiento”. Otra es la distinción entre tiempo implicado, que se vive y experimenta concretamente, y tiempo explicado, que se estudia y organiza académicamente o en la ingeniería social.

Por su parte, en “La televisión, un medio mágico”, Octavio Islas Carmona y Amaia Arribas presentan una reivindicación de la televisión como compañera de ruta de la humanidad desde el siglo XX. Realizan una revisión histórica de la evolución tecnológica de la televisión, a partir de la nostalgia por la programación televisiva que la cuarentena de la COVID-19 despertó en diversos sectores de la población. Destacan la magia de la televisión como testigo y parte del ecosistema mediático que acompañó a varias generaciones; muestran los cambios que provocó en este ecosistema y cómo se adaptó a los cambios ecosistémicos que la sobrepasaron.

En la sección de *Trayectorias* se incluye una entrevista con Marcelo Guardia Crespo, reconocido docente e investigador de la comunicación en la Universidad Católica Boliviana y pionero en los estudios culturales de la comunicación en Bolivia. La entrevista se basa en sus recorridos personales y en las preocupaciones que sobresalen en los estudios que publicó a lo largo de tres décadas. Destaca cómo cómo pasiones como la cultura y la música popular influyen los recorridos e intereses profesionales y cómo es posible generar comunidades académicas a través del esfuerzo constante en la formación, la investigación y el debate.

La sección de *Reseñas* se dedica a publicaciones sobre diversos problemas comunicacionales. Presenta principalmente contribuciones de jóvenes investigadores de la comunicación en Bolivia. Los temas de los libros reseñados abarcan la reflexión teórico-metodológica, la comunicación decolonial, el periodismo militante y las posibilidades de la comunicación en la política.

En conmemoración de los diez años de vida del IpiCOM, la sección de Miscelánea expone una mirada histórica de los aportes del instituto a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés y al campo comunicacional con las diferentes investigaciones realizadas, el trabajo de interacción social y los programas de posgrado impulsados. Las notas presentadas son un reconocimiento del trabajo comprometido de los últimos años, especialmente de las gestiones de su anterior directora, Esperanza Pinto Sardón (2016-2018 y 2019-2022), así como de las propuestas y desafíos que el IpiCOM tiene para los siguientes años bajo la dirección de Gabriela Sotomayor Terceros en su misión de promover la reflexión y difusión de los saberes producidos desde el campo disciplinar de la comunicación.



**Comunicación,  
instituciones y crisis**



# **El plagio de logotipos institucionales: una reflexión ética sobre el respeto a la propiedad intelectual**

Lola Mónica Paucara Condori  
Universidad Mayor de San Andrés  
lou201222@gmail.com

## **Resumen**

En el campo de la creación, la originalidad es un elemento clave para la legitimidad, reconocimiento y pervivencia de toda obra humana. El plagio es una forma de reproducción ilegítima que puede afectar a todos los ámbitos del conocimiento y la creatividad. Aquí se hace un análisis de tres casos de plagio de logotipos institucionales estatales en Bolivia, dos en que las instituciones bolivianas (el Ministerio de la Presidencia y la Municipalidad de La Paz) incurrieron en plagio y uno en que la institución (la Aduana Nacional) fue víctima de esa práctica. Se destacan las implicancias del plagio en los daños a la identidad corporativa, por la pérdida de legitimidad institucional, y a la propiedad intelectual, por la vulneración del derecho de autoría. Por la recurrencia de casos similares, se reconoce la vigencia de una cultura del plagio, expresada en hábitos y prácticas fraudulentas toleradas de manera encubierta. A pesar de que es catalogado como una forma de robo por las leyes de protección de derechos de autor, el plagio no es encarado de un modo contundente por las instituciones.

*Palabras clave:* ética; plagio; identidad corporativa; derechos de propiedad intelectual; cultura institucional.

## **Plagiarism of institutional logos: an ethical reflection on the respect of intellectual property**

*Abstract.* In the field of creation, originality is a key element for the legitimacy, recognition and endurance of any human work. Plagiarism is a form of illegitimate reproduction that can affect all fields of knowledge and creativity. This paper analyzes three cases of plagiarism of state institutional logos in Bolivia, two in which Bolivian institutions (the Ministry of the Presidency and the Municipality of La Paz) incurred in plagiarism and one in which the institution (the National Customs) was a victim of this practice. The implications of plagiarism in terms of damage to corporate identity, due to the loss of institutional legitimacy, and to intellectual property, due to the infringement of authorship rights, are highlighted. Due to the recurrence of similar cases, the existence of a culture of plagiarism is recognized, expressed in fraudulent habits and practices tolerated in a covert manner. Although it is classified as a form of theft by copyright protection laws, plagiarism is not dealt with forcefully by institutions. In the end, the aim is to generate a reflective analysis of this problem.

*Keywords:* ethics; plagiarism; corporate identity; intellectual property rights; institutional culture.

## **Plágio de logotipos institucionais: uma reflexão ética sobre o respeito aos direitos de propriedade intelectual**

*Resumo.* No campo da criação, a originalidade é um elemento fundamental para a legitimidade, o reconhecimento e a sobrevivência de qualquer trabalho humano. O plágio é uma forma de reprodução ilegítima que pode afetar todas as áreas do conhecimento e da criatividade. Este artigo analisa três casos de plágio de logotipos de instituições estatais na Bolívia, dois em que instituições bolivianas (o Ministério da Presidência e a Prefeitura de La Paz) se envolveram em plágio e um em que a instituição (a Alfândega Nacional) foi vítima dessa prática. As implicações do plágio são destacadas em termos de danos à identidade corporativa, devido à perda de legitimidade institucional, e à propriedade intelectual, devido à violação de direitos autorais. Eme virtude da recorrência de casos semelhantes, reconhece-se a existência de uma cultura de plágio, expressa em hábitos e práticas fraudulentas toleradas de forma encoberta. Apesar do fato de ser classificado como uma forma de roubo pelas leis de proteção de direitos autorais, o plágio não é tratado de um modo contundente pelas instituições. No final, o objetivo é gerar uma análise reflexiva desse problema.

*Palavras-chave:* ética; plágio; identidade corporativa; direitos de propriedade intelectual; cultura institucional.

### **Introducción**

En el campo de la creación humana intelectual, literaria, artística, académica, mercantil, etc., la originalidad es un elemento de legitimidad, reconocimiento y posicionamiento social. Las mejores obras del ingenio humano, aquellas que no tienen parangón, son también las que perduran en el tiempo, para enmarcarse dentro de lo clásico. Mientras que, por el contrario, toda forma de reproducción, al ser copia o imitación, se constituye en lo adverso. Su carácter es siempre ilegítimo y profano. No solo no tiene reconocimiento, sino que es condenado por la sociedad como falsa. Esta segunda categoría de acción humana es a la que corresponde el plagio. Una forma de usurpación de lo original.

El plagio es un problema que en todo tiempo y lugar ha afectado a todos los ámbitos del conocimiento. Sin embargo, existen campos donde su práctica es tan común que casi pasa desapercibido.

En el ámbito de la publicidad capitalista, se ha desarrollado la creación de imágenes corporativas como una forma de distinción y posicionamiento en la competencia empresarial e institucional. Es en este campo donde el plagio se ha afincado como una especie de estrategia comercial para hacerse del prestigio de ciertas marcas y así tratar de sobresalir a costa del esfuerzo creativo de otros. Se trata de un problema que no solo se presenta en el ámbito privado sino también ahora en el ámbito público.

Aquí se pretende hacer un análisis sobre la práctica del plagio en la creación de la identidad corporativa de las instituciones públicas, en base a tres casos de instituciones estatales que se vieron inmersas en problemas de plagio: el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, GAMLP; el Ministerio de Economía y Finanzas, en su programa “Bono contra el Hambre”; y la Aduana Nacional de Bolivia. Las tres instituciones fueron parte de denuncias no formales como causantes o víctimas de plagio.

A través de la exposición de estos casos emblemáticos, se ha realizado un análisis sobre la importancia de la identidad corporativa y de su representación a través de la identidad visual, constituida por la marca o el logotipo, como elementos de consolidación de la credibilidad institucional de las organizaciones.

A continuación, se realizó un análisis del logotipo en tanto marca y signo de visualidad, cuyas características le permiten constituirse en la forma más efectiva de representar los valores de una institución, que de este modo consolida su identidad. Bajo tales parámetros, se hizo un ejercicio de análisis semiótico para evidenciar los detalles de plagio en los logotipos de instituciones estatales, para constatar luego las implicancias del plagio como acción fraudulenta, que afecta no solo a la identidad corporativa de las instituciones, sino también a la propiedad intelectual de los creadores originales.

A través de ello, se pudo establecer que el plagio se relaciona con la carencia de elementos fundamentales en la formación personal y profesional, que tienen que ver con la ética y la creatividad. Son carencias que dan lugar al establecimiento de una suerte de cultura del plagio en la sociedad actual, lo que requiere de la debida atención para buscar las mejores soluciones.

### **1. Publicidad estatal cuestionable: casos de plagio en la construcción de identidades visuales en el contexto boliviano**

La comunicación de masas tiene influencia sobre el público en general a través de dos estrategias clásicas: la propaganda y la publicidad. Si bien se han establecido distinciones entre propaganda y publicidad como dos estrategias comunicacionales diametralmente opuestas, difusora la una y comercial la otra, en la actualidad tales diferencias se han difuminado debido a la combinación de las características de ambas. Por ejemplo, la publicidad ha dejado, en las últimas décadas, de ser un elemento eminentemente comercial, para ser empleada en el ámbito de la difusión de ideas, propio de la propaganda. De esta manera, las instituciones de carácter público como el Estado, ciertas instituciones benéficas y ONG, partidos políticos, asociaciones en defensa de la mujer, entre otras, han comenzado a emplear la publicidad para llevar adelante campañas de sensibilización y concienciación de diferente índole, lejos ya de los fines de lucro (Méndiz, 2008).

Desde esta perspectiva, hace mucho tiempo que las instituciones del Estado, en Bolivia, han comenzado a emplear la publicidad para posicionarse en el campo de la política. Para esto han recurrido al legítimo recurso de la construcción de una identidad corporativa, a través de logotipos o marcas institucionales que los distinguen y les den personalidad propia. Sin embargo, durante los últimos años se han suscitado una serie de críticas de parte de la opinión pública relacionadas con el plagio de logotipos institucionales por parte de entidades del Estado y otras. Las que más repercusión tuvieron fueron aquellas en las que se vieron involucrados el Gobierno central, la municipalidad de La Paz y la Aduana Nacional.

El año 2020, en plena pandemia, el Gobierno central, a través del Ministerio de Economía y Finanzas, lanzó un programa social denominado “Bono contra el Hambre”, una medida loable que intentó mitigar la escasez de recursos económicos vividos por la población en ese entonces. Para dar a conocer los beneficios de esta medida, el Gobierno central elaboró un logotipo, donde se intentó representar la solidaridad del gobierno para con

los necesitados. Se constató que el logotipo empleado para la publicidad estatal pertenecía originalmente a una institución de salud de Colombia, la Institución Prestadora de Salud (IPS), que, en marzo de 2017, según el periódico digital *Visor Bolivia*, había interpuesto una denuncia pública en contra del antes grupo guerrillero y ahora partido político colombiano, FARC, que había plagiado el logo de esta institución para lanzarse a la candidatura en ese país. Luego el logotipo, con mínimas modificaciones cromáticas, fue empleado por el gobierno boliviano como parte de su publicidad. Aunque este hecho tuvo muy poca difusión por los medios, suscitó, en cambio, un alud de críticas por parte de algunos usuarios de redes sociales. No hubo ninguna denuncia formal al respecto y el logotipo publicitario terminó siendo retirado, cuando el objetivo gubernamental se hubo cumplido.

Otro hecho similar se suscitó en mayo de 2021, luego de las elecciones municipales de la ciudad de La Paz, cuando el nuevo gobierno municipal recién electo, en el afán de transformar su imagen institucional de acuerdo con sus valores, hizo elaborar un logotipo nuevo, cuya composición comprendía una conjunción de los símbolos emblemáticos de La Paz: las calles sinuosas y los edificios paceños con el nevado Illimani a un lado. Esta imagen institucional, aparentemente novedosa y representativa, no duró mucho tiempo pues las críticas no se hicieron esperar. Resulta que el nuevo logotipo del gobierno autónomo paceño, pertenecía originalmente a la imagen representativa de la ciudad mexicana de Monterrey (*Gaceta del Sur*, 2021). Aunque tampoco hubo una denuncia formal en este caso las críticas por redes sociales hicieron que las nuevas autoridades reemplacen el logo programado.

Un tercer caso de plagio de elementos visuales de tipo corporativo, es el ocurrido en 2021. Esta vez la afectada fue la Aduana Nacional de Bolivia. De acuerdo con el periódico digital *Opinión*, el logotipo institucional de la Aduana boliviana, había sido modificado y apropiado como la imagen institucional del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador. Aunque este hecho, fue debidamente denunciado, no se sabe si ello tuvo alguna repercusión.

Estos tres casos, denotan que el plagio de logotipos, se ha convertido en una práctica naturalizada en la creación de imágenes corporativas institucionales. Esta forma ilegítima de apropiación de los logotipos se constituye no solo en una forma de despojo de la identidad corporativa de las instituciones que personifican, sino una forma de atentado contra la propiedad intelectual. De esta manera, el problema del plagio tiene como fundamento una serie de aspectos relacionados con la carencia de elementos fundamentales en la formación personal y profesional, como la ética y la creatividad; carencias que dan lugar al establecimiento de una suerte de cultura del plagio en la sociedad actual. Ello requiere de la debida atención para buscar las soluciones más oportunas y adecuadas.

Para una comprensión precisa del alcance de la problemática, se realizará más adelante un análisis conceptual de cada uno de los elementos mencionados, además de un análisis semiótico sobre los casos de plagio registrados en las instituciones del Estado.

## **2. Importancia de la identidad corporativa de las instituciones**

En el ámbito de la competencia mercantil capitalista surgió y se desarrolló, durante la segunda mitad del siglo XX, una forma de distinción y reconocimiento entre las empresas, que se ha denominado como Identidad Corporativa. Un elemento comercial moderno al

que apelaron las grandes empresas capitalistas para consolidar su imagen y mejorar la competitividad y su posicionamiento en el mercado (Covaleda y Alba, 2015).

El valor de la imagen corporativa consiste en el establecimiento de la identidad definida de una empresa a través de su marca propia. Un símbolo que pretende comunicar el significado de algo tangible como señal de identificación a un producto, empresa o servicio. Se trata, pues, de una estrategia de *marketing* aplicado para visibilizar, defender y reafirmar el papel de una institución como operador clave de la comunidad (Montaner, 2016).

Para la construcción de la identidad corporativa de una organización, es preciso que primero esta posea una razón de ser en la sociedad, una finalidad, unas creencias y valores que la sostengan. Es decir, una esencia, un alma, una personalidad propia que le permita ser. Con el establecimiento de estos fundamentos primarios, es que se construye de manera práctica una representación simbólica o marca, que condense y represente los rasgos culturales esenciales y la personalidad de la institución. De la conjunción de ambos elementos surge una concepción integral de la identidad corporativa como un proyecto global que contiene una imagen externa proyectada al público y una interna que delimita una filosofía o estilo laboral dentro de la entidad (Gutiérrez, 2011).

De este modo se establece la “identidad visual corporativa”, es decir, la imagen gráfica de la identidad corporativa (Montaner, 2016), como la representación de una personalidad única e inimitable, y por lo mismo distintiva, de una determinada institución frente al resto de organizaciones. Sobre la base de tal característica, se construye la confianza y reputación de toda empresa (Cucchiari, 2019).

La identidad corporativa es una forma de personalidad, físicamente representada por la imagen gráfica, que las instituciones públicas o privadas construyen para generar competencia y distinciones en el campo comercial, social, político, etc. Esta configuración física está constituida por el logotipo, un recurso visual, no artístico, pero que siempre requiere de originalidad para construir una identidad visual corporativa inimitable y reconocible.

En el caso de las instituciones del Estado, la identidad corporativa construida de esta manera tiene la particularidad de representar el carácter de la institución, sus atributos y beneficios para con la sociedad, es decir, su razón de ser, la base de la confianza social. Cuando esta imagen está construida a partir de la reproducción alterada de la identidad visual de otra institución, dentro o fuera del país, se deslegitima la esencia de la existencia de la entidad estatal. Se puede percibir que las creencias y valores que habrían inspirado el contenido de la imagen visual representativa, de pronto no son auténticas o no existen. Es inevitable que al final exista un grave daño de la credibilidad y la confianza del público frente a las instituciones estatales que actúan de esa manera.

### 3. Logotipo: el vehículo de la identidad corporativa

El logotipo es un recurso visual moderno, fundamental para la construcción de la imagen corporativa de una organización, tiene la importante función de identificar y significar de manera sintética la intención de la entidad en cuestión (Caldevilla, 2009). Su historia se remonta a la antigüedad, cuando los productores de diversos tipos de objetos materiales en procura de identificar los mismos, frente a otros productos ofrecidos

por su competencia, empleaban emblemas o marcas característicos, que les permitía el reconocimiento del fabricante, al que se asociaba una determinada calidad de producción. Se genera así un sentido de vinculación a un determinado prestigio y distinción basado en el reconocimiento de la calidad (Montaner, 2016).

El concepto de marca vinculada al de logotipo no ha desaparecido, sino que más bien se ha convertido en la forma más extendida de publicidad de cualquier institución, sobre todo a partir de los años setenta y ochenta del siglo pasado. Cuando las grandes empresas cayeron en la cuenta de que la promoción de ventas y la publicidad de sus productos y servicios no eran suficientes para posicionarse, apelaron a una forma de comunicación que comprendiera la recordación de su marca en la mente de sus consumidores (Covaleda y Alba, 2015). Con lo cual, los logos o logotipos comenzaron a ser empleados como las marcas en la competencia mercantil.

Las formas de construir la representación visual de una institución son variadas, y se aplican de acuerdo con las características y requerimientos de cada organización. En primer lugar se halla el logotipo propiamente dicho (del griego, logos, palabra y tipo, letra), una composición visual de letras, abreviaturas o cifras que constituyen la conmemoración o marca peculiar de una empresa o producto (Montaner, 2016).

Otra forma de representación visual está constituida por el isotipo (del griego *iso*, igual). Es un símbolo pictográfico, un ícono o imagen que acompaña a los logotipos, y que a diferencia de estos, puede ser reconocido y comprendido, pero no pronunciado. A menudo se trata de la imagen esquemática de objetos reales, de los que se resalta y simboliza lo más importante. El isotipo no siempre coincide con el nombre, sino más bien con los objetivos, valores o productos o servicios que ofrece una empresa o institución. Los isotipos son *figurativos*, cuando representan un aspecto reconocible o de fácil asociación con la realidad. Mientras que son *abstractos* cuando no existe una relación evidente con objetos de la realidad visible, pues solo tratan de sugerir o provocar ideas, conceptos, valores o emociones al observador (Harada, 2014).

En base a estas dos formas de construcción de las imágenes corporativas, se configuran otros dos tipos más: el *imagotipo* y el *isologo*. El *imagotipo*, también conocido como *logosímbolo*, es una combinación desunida entre un logotipo y un isotipo, claramente diferenciados, cuya composición les permite funcionar y ser utilizados por separado. A diferencia del anterior el *isologo* o *isologotipo*, es una combinación fusionada entre un logotipo y un isotipo. Texto dentro de imagen, que muestra a ambos como un solo elemento indisoluble (Harada, 2014).

Sin embargo, a pesar de la clasificación descrita entre las formas de creación de la identidad visual, el término logotipo o logo se emplea de manera genérica, en el campo del mercadeo moderno, para denotar la marca de una organización. Las variaciones descritas solo sirven para orientar la composición de las marcas a fin de hacerlas visualizables y reconocibles (Covaleda y Alba, 2015), para el contexto social o mercantil al que quieren ser dirigidas.

#### 4. La cultura del plagio en la creación de identidades visuales

El término “plagio” proviene del latín *plagium* que significa secuestro; así plagiar se podría definir como copiar lo sustancial de obras ajenas para mostrarlas como propias, o también como la apropiación de ideas de otros autores. También se puede considerar

como plagio, al acto de ofrecer o presentar como propia, en su totalidad o en parte, la obra de otra persona, en una forma o contexto más o menos alterados (Cabanellas, 1993).

Por tanto, el plagio se puede considerar como una usurpación a la propiedad intelectual, consistente en la utilización de ideas, información o expresiones de otra persona sin darle el debido reconocimiento, o en hacer pasar ideas, información o expresiones de otra persona como si fueran las propias para obtener réditos académicos u otras ventajas. Por ello el plagio se constituye en una variante del fraude (Sanabria, 2014) y del robo, pues supone siempre la apropiación ilegítima de las creaciones humanas ajenas.

A pesar de que se reconoce al plagio como una forma de apropiación ilegítima, su práctica se ha convertido en algo casi natural, sobre todo en el campo de la creación de las imágenes corporativas. Plagiar un logotipo, una marca, un eslogan institucional se constituye en una acción muy común y extendida en la sociedad, al punto que casi se ha establecido una práctica cultural del plagio; pues supone un hábito arraigado, aceptado, aprendido, practicado y hasta transmitido, de recurrir a la copia fraudulenta de creaciones originales con el fin de obtener réditos inmediatos. Se trata pues, de un problema en la formación personal y educativa de quienes se valen de este subterfugio.

Por otro lado, en tanto la identidad corporativa, a través de la marca, se constituye en el rostro representativo de toda institución, pública o privada, frente al público, la indebida apropiación y utilización de logotipos de marca ajenos puede siempre significar un daño directo a la credibilidad, seriedad y solidez institucional, no solo de quien recurre al plagio, sino también de quien lo sufre, provocando una disminución de la confianza del público en general. Y mucho más cuando se trata de instituciones públicas del Estado, que siempre requieren sostener su credibilidad a partir de la consolidación de su imagen corporativa.

De este modo, es posible definir que el hábito de recurrir al plagio de las marcas de identidad corporativa corresponde a un problema cuyo origen puede hallarse en dos factores fundamentales: uno, de tipo individual, tiene que ver con la carencia de ética y creatividad en el proceso de formación de los profesionales dedicados al área del diseño publicitario; y otro, de tipo macrosocial, más bien se relaciona con la falta de efectividad de las leyes nacionales para la protección de la propiedad intelectual, cuyo alcance todavía se muestra limitado. Estos factores promueven la formación de una cultura que deja de lado el respeto de las creaciones originales, con rasgos que serán descritos y analizados en los siguientes acápites.

## **5. Análisis semiótico de los casos de plagio en instituciones del Estado**

En base a las conceptualizaciones realizadas en anteriores acápites se plantea, como una forma de aplicación práctica, el análisis semiótico de los elementos de plagio registrados en la identidad visual de las tres instituciones del Estado mencionadas.

*Caso N° 1: Bono contra el Hambre (2020), del Ministerio de Economía y Finanzas de Bolivia*

Este isotipo fue originalmente creado por la Institución Prestadora de Salud (IPS) de Colombia para publicitar sus servicios. Fue plagiado por primera vez, en 2017, en Colombia, por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, que convertidas

en partido político se lanzaban a la candidatura de ese país. Y luego fue plagiado una segunda vez, en 2020, por el Ministerio de Economía y Finanzas de Bolivia, para lanzar su programa solidario Bono contra el Hambre.

Se trata de un isotipo figurativo, de dos manos entrelazadas, en símbolo de amistad, que fue doblemente plagiado en dos contextos distintos, Colombia y Bolivia. Haciendo una serie de alteraciones sobre el diseño de isotipo original, que no ha impedido que pueda ser claramente reconocido por la opinión pública y cuyas variaciones se presentan a continuación en el siguiente cuadro comparativo.

**Cuadro 1. Isotipo del Bono contra el Hambre (2020)**

Isotipo original	Isotipo plagiado 1	Isotipo plagiado 2
		
Ícono	Plagio 1: El isotipo de manos entrelazadas fue mínimamente alterado para darle una forma más angular.	Plagio 2: El isotipo es muy semejante al de las FARC, con algunas mínimas alteraciones en las líneas del esquema de la mano azul, para darle una mayor impresión de agarre.
Colores	Plagio 1: La composición cromática del isotipo fue también alterada, dándole mayor predominio al color azul, como fondo.	Plagio 2: La composición cromática fue alterada. Se emplearon los colores de la bandera nacional para una de las manos, mientras que el azul se quedó con la otra. Tal vez para dar a entender que existe solidaridad del partido de gobierno con el país.
Texto	Plagio 1: El texto ha tratado de ser adecuado, para darle un sentido más apropiado a la imagen alterada.	Plagio 2: El texto es otro; ha tratado de ser adecuado para darle más sentido a la imagen de solidaridad.

Fuente: elaboración propia.

*Caso N° 2: Nueva imagen corporativa (2021) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*

Este isotipo es una representación icónica de la ciudad mexicana de Monterrey. Un ícono de identidad visual que el recién electo Gobierno Municipal de La Paz intentó emplear, en 2021, para construir su propia imagen institucional.

Se trata de una composición de isotipos figurativos, que buscan construir una imagen de la ciudad de La Paz a partir de ciertos símbolos representativos como las calles sinuosas, los edificios y, como de fondo, el emblemático nevado Illimani. Recurriendo al plagio de un isotipo perteneciente a la ciudad mexicana, se intentó, a través de ciertas alteraciones cromáticas y añadidos de figuras nuevas, transformar el mismo en un isotipo diferente, como se observa en el siguiente cuadro comparativo.

**Cuadro 2. Imagen corporativa del Gobierno Municipal de La Paz (2021)**

	Isotipo original	Isotipo plagiado
Ícono	Este isotipo es una representación de la ciudad de Monterrey, con sus calles en pendiente y sus altos edificios.	Este isotipo mantuvo intactos muchos de los elementos originales, como las calles sinuosas y los edificios. Sin embargo, añadió algunas imágenes más como el nevado de fondo y las dos formas semicirculares del contorno.
Colores	Los colores son básicamente tres, el amarillo el verde y el azul, con algunas ligeras variaciones en las tonalidades.	Existe una alteración cromática de toda la composición original, empleando una variedad de colores, donde el rojo y el verde, colores de la bandera paceña, son un tanto más predominantes, junto con el color verde turquesa que es el del partido de gobierno municipal.
Texto	El texto trata de expresar lo que la imagen muestra, que Monterrey es una ciudad de montañas y edificios.	El texto es otro, pero el concepto de ciudad representativa es el mismo. El texto añadido trata de darle sentido a la composición visual.

Fuente: elaboración propia.

*Caso N° 3: Imagen corporativa de la Aduana Nacional de Bolivia (2021), plagiado por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de Ecuador*

Este es otro caso de plagio de imagen corporativa, suscitado en 2011, que tiene como víctima a la Aduana Nacional de Bolivia. El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de Ecuador habría plagiado el isotipo representativo de la Aduana Nacional de Bolivia. Ello provocó una denuncia formal, sin resultados ciertos.

La composición visual sometida a plagio repite el isotipo abstracto de las imágenes de tres flechas que se dirigen en sentidos opuestos: dos hacia la derecha y una hacia la izquierda, con colores que reproducen los de la bandera ecuatoriana. Se trata de una copia evidente del isotipo representativo de la Aduana Nacional de Bolivia, al que se alteraron el contenido visual y el color, como se aprecia en el cuadro 3.

Con este breve ejercicio semiótico, se evidencia la existencia de la práctica del plagio en las instituciones del Estado. Se puede así vislumbrar que el plagio se ha convertido en una práctica casi cultural, donde la formación está dejando de lado la ética y de la creatividad.

**Cuadro 3. Imagen corporativa de la Aduana Nacional (2021)**

		
Ícono	La composición visual de este isotipo corresponde a tres flechas curvas en oposición, dos hacia la derecha y uno hacia la izquierda, que probablemente representen los movimientos de importación y exportación propios del comercio.	El isotipo plagiado mantiene casi todos los elementos del original. A pesar de que las flechas ahora son representadas como rectas, mantienen el pleno sentido del diseño original.
Colores	La composición cromática corresponde a los colores de la bandera boliviana, para dar legitimidad a la institución y su labor.	Aunque la alteración de los colores es evidente; el sentido de representación nacional a través de los mismos se ha mantenido.
Texto	El texto está claramente asociado a la imagen.	El texto trata de aplicarse a la imagen para darle un sentido de pertinencia.

Fuente: elaboración propia.

## 6. Ética y creatividad para enfrentar el plagio

La ética es un concepto reconocido y frecuentemente invocado en la sociedad cuando se busca apelar a los valores morales de corrección, que se suponen presentes en la práctica individual como colectiva y que se manifiestan en un comportamiento ejemplar. Y es que la ética es un término que, frecuentemente, se hace equiparable a un tipo de moral efectiva, cuyos valores se suponen permanentes, fuera de toda restricción de tiempo o espacio, para el encauzamiento de la conducta humana (Ronquillo, 2017). Sin embargo, se trata de una interpretación casi dogmática, que, por muy generalizada que esté, no es objetiva.

El papel de la ética no consiste en evaluar a las personas como más o menos éticas, sino en brindarles la posibilidad de tomar las mejores decisiones. Desde esta perspectiva, al dejar de lado la ética negativa, basada en prohibiciones, se configura un tipo de ética positiva, la cual aconseja lo que se debe hacer. Así, la ética, bajo estos fundamentos, se puede definir como un proceso consciente de decisión sobre lo que es preciso hacer (Seijo, 2009), no sobre la base de simples preceptos, sino sobre la de consideraciones racionales aplicables.

Desde este punto de vista, la ética se hace objetiva y aplicada cuando se asienta en el ejercicio racional de la búsqueda continua del bien común, del interés general y del interés público, en cualquier área concreta del conocimiento y del ejercicio profesional. Es así que la ética se convierte en una forma de conocimiento y de práctica, cuando su referencia fundamental es el bien colectivo. Es ahí donde la interacción entre principios, decisiones y actitudes frente al entorno cobran sentido para guiar la conducta humana hacia acciones correctas (Carbonell, 2014).

Otro elemento a ser considerado en este análisis es el de creatividad, palabra que tiene su origen en la voz latina *creare*, engendrar (Arellano, 2011). La creatividad es un talento humano que proviene del desarrollo integral de las facultades lógicas y emotivas, cuya tendencia frente a los desafíos del ambiente es, en todo tiempo y momento, la búsqueda de la originalidad. Se trata pues de una actitud progresiva, en contra del conformismo y la simple nivelación a que, comúnmente, la sociedad suele empujar a los individuos. La creatividad es así un acto de reivindicación del valor único e inviolable de cada persona, el valor de su originalidad, de su aportación crítica a lo diverso, por una mejora de la sociedad misma. En este sentido, la finalidad del que crea no es su celebridad o reconocimiento, sino la culminación de la tarea de brindar un producto nuevo en cada momento determinado (Crespo, 1994).

El pensamiento creativo corresponde a una forma diferente y divergente, en todo caso siempre novedosa, de procesar la información, por medio de una serie de nuevas conexiones para obtener algo completamente original. Por ello, la creatividad es algo siempre dinámico y trascendental, un proceso en marcha y en desarrollo, que lleva en sí su origen y su meta, que, sin embargo, requiere de ciertas condiciones, materiales y espirituales, para construirlo (Arellano, 2011).

Desde estos fundamentos, se puede considerar que la acción ética profesional parte siempre de la conciencia individual de que los aportes o creaciones que se realizan en cualquier campo no pueden ni deben perjudicar al resto de creaciones humanas. Se trata de principios de respeto mutuo que todo profesional debe tener presente, sobre todo aquellos que se dedican a la creación de identidades corporativas, para que sus obras no formen parte del plagio. Con este fin la ética profesional siempre necesita ir de la mano de la creatividad, lo que se consigue a través de un mayor nivel de formación individual y profesional.

## **7. Protección jurídica de la propiedad intelectual**

De esta manera, se establece que el logotipo es sumamente importante en la consolidación de la imagen corporativa de toda institución. Por lo mismo, se trata de una forma de identidad formalmente reconocida que supone la inversión de capitales, no solo de tipo económico, sino y sobre todo de tipo humano. Se trata pues de una creación humana, en todo el sentido del término, que comprende un proceso de reflexión y creatividad que termina necesariamente considerado dentro de la propiedad intelectual.

La propiedad intelectual es una forma del derecho que se aplica a la protección de bienes jurídicos inmateriales, es decir de una diversidad de creaciones de la mente. El concepto de propiedad intelectual se refiere a la protección ejercida sobre la creación de ideas, invenciones y expresiones creativas que, si bien son esencialmente el resultado de la actividad privada, tienen la disposición pública a constituirse en productos sujetos al derecho de apropiación intelectual por parte de sus creadores.

En tanto tales derechos recaen sobre una serie de bienes que tienen en común su carácter incorpóreo, intangible o inmaterial es posible emplear para definir su apropiación las expresiones, “propiedad intelectual” o “propiedad inmaterial” o inclusive “bienes jurídicos inmateriales”. En este sentido es posible apreciar a la propiedad intelectual como

parte de un nombre colectivo que sirve para agrupar a dos disciplinas jurídicas conocidas: a) la propiedad industrial, por un lado, y el derecho de autor y los derechos conexos, por el otro (Rangel, 2012).

Una de las primeras leyes de protección a la identidad corporativa es la Ley Reglamentaria de Marcas, vigente desde 1918. De acuerdo con esta ley, en su artículo 1:

se entiende por marca, todo signo, emblema o denominación característica y peculiar, con que se quiera especializar los artefactos de una fábrica, los objetos de un comercio, los productos de la tierra y de las industrias agrícola, forestal, ganadera y extractivas (...) Pueden usarse como marcas: los nombres y denominaciones bajo una forma distintiva, las palabras o títulos de fantasía, números y letras en dibujo especial o formando combinaciones, los marbetes, rótulos, emblemas, monogramas, cubiertas, franjas, timbres, sellos, grabados, escudos, cifras, divisas estampados y relieves, filigranas, viñetas, envases, recipientes, o cualquier otro signo típico análogo (Ley General sobre Marcas y Registros Industriales y Comerciales, 1918, art.1).

Añadiendo a continuación en los artículos 2 y 3, la prohibición de uso de las marcas distintivas del Estado, y las marcas “que ofrezcan parecido con marcas anteriormente registradas, induciendo a confusión. Las simples variaciones de letras o detalles, conservando la semejanza del conjunto, quedan incluidas en esta prohibición” (Ley General sobre Marcas y Registros Industriales y Comerciales, 1918, Artículo 3). A pesar de la claridad que esta ley expresa sobre las marcas y la forma de su empleo, está claro que su aplicación ha sido muy poco efectiva. Esto probablemente se deba a que a pesar de todo el detalle que esta ley presenta, respecto de la protección de las marcas distintivas comerciales, no incluye de manera explícita a los logotipos, que son parte integrante de las imágenes marca del mercado moderno. Por esto, parece ser necesaria una actualización de esta ley, para que se contemple la protección de los logotipos institucionales.

La protección a la identidad corporativa se relaciona también con la protección de la propiedad intelectual. Una atribución estatal señalada en la Constitución Política del Estado boliviano que, en su Sección III, Culturas, artículo 102, establece: “El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas, compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley” (2009: 26), por lo que toda creación humana se halla dentro del alcance de esta primera regla constitucional, incluyendo, aunque no se halle explícitamente designada, las imágenes corporativas de toda institución sea esta privada o pública, cuya acción comercial o social no impide su inclusión tácita dentro de la norma.

Para la protección específica de la propiedad intelectual a nivel nacional se estableció la Ley 1322, Ley de Derechos de Autor, de 1992, que establece: “el régimen de protección del derecho de los autores sobre las obras del ingenio de carácter original, sean de índole literaria, artística o científica y los derechos conexos” (art. 1). En base a esta primera consideración, una imagen corporativa, a pesar de su carácter de marca, también se constituye en una forma de creación humana sujeta a la protección de esta ley, en cuyo artículo 8, reconoce como legal: “Únicamente la persona natural puede ser autor, sin

embargo, el Estado, las entidades de derecho público y las personas morales o jurídicas pueden ejercer los derechos de autor como titulares derivados de conformidad con las normas de la presente Ley” (art. 8). Si bien esta ley hace una defensa efectiva de los derechos de autoría sobre todo tipo de obras de creación humana, tampoco consigue hacer un énfasis específico en los logotipos institucionales, como objetos de protección concreta de la ley.

De esta manera, el problema fundamental no se halla en la falta de leyes, sino en la falta de eficacia de su aplicación a nivel individual e institucional. Esto probablemente se deba a que en Bolivia la cultura de la legalidad es todavía muy débil, sobre todo en lo que se refiere a la protección de la identidades corporativas de las instituciones del Estado. Se trata así de un problema de índole ética y jurídica, que, mientras siga siendo ignorado y minimizado por el Estado y la sociedad, no hallará solución inmediata.

## **8. A modo de conclusión**

En la actualidad, las instituciones del Estado se valen de la publicidad para dar a conocer no solo los beneficios ofrecidos a la sociedad, sino también su discurso político que queda implícito en sus mensajes. Para hacer efectiva esta forma de publicidad, han recurrido a la construcción de logotipos o marcas que caracterizan sus instituciones y beneficios. En esta dinámica de construcción de una imagen de reconocimiento e identidad, se configura un problema de legitimidad institucional debido a la recurrencia de la apropiación indebida, o plagio, de logotipos o marcas de otras instituciones para mostrarlas como propias, lo que suscita un conflicto de múltiples implicancias institucionales, éticas y hasta jurídicas.

La importancia de la construcción de una identidad corporativa para las instituciones del Estado consiste en que de esta manera se consolida una personalidad frente al público en general. La imagen gráfica, el logotipo, es el recurso visual del que se valen las instituciones para construir su imagen corporativa. Por ello esta representación necesita ser original, inimitable y reconocible para el sostenimiento de la imagen de estas instituciones. La recurrencia al plagio de logotipos como recurso inmediato para la construcción de una imagen corporativa es contraproducente para las instituciones que se ven involucradas en ello.

En la sociedad boliviana se ha desarrollado una verdadera cultura del plagio, que ha hecho de esta ilegalidad una práctica común, tanto que toda copia de identidades corporativas que se realiza tiene tan poca notoriedad que el delito va perdiendo importancia y las instituciones van perdiendo su seriedad competitiva.

Es probable que la práctica del plagio sea parte de un problema de tipo ético y educativo. Una mejor formación individual y profesional basada en la ética aplicada, basada en el bien común, y el impulso al desarrollo de una mayor creatividad en la formación profesional son elementos que reducirían el riesgo de incurrir en el plagio de imágenes corporativas. Esto corresponde a un cambio de actitud y hábitos de las personas, que no se consigue con el esfuerzo individual, sino que requiere también de la participación activa del Estado.

Las leyes existentes para la protección de las imágenes corporativas podrían hallarse ya desactualizadas para el nuevo contexto en el que vivimos, y para el cual es preciso

comprender las nuevas formas de creación simbólica que comprende lo virtual, y a partir de lo cual el tráfico de imágenes corporativas es indiscriminado.

Las instituciones públicas requieren cambiar de actitud y constituirse en el mejor ejemplo del respeto a las leyes existentes, sobre todo en el caso de la creación de las identidades corporativas que los representan.

La formación profesional dentro de las universidades requiere de una mayor diversificación y especialización en el campo de la propiedad intelectual, ya que no es posible un avance sustancial de las leyes sí es que no existen personas preparadas para conseguirlo.

## Referencias

Arellano, Enrique (2011). "La comunicación y la creatividad. Encuentros para la creación". *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, vol. 9 (35), 39-43. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/recein/article/view/144/87>.

Caldevilla, David (2009). "La importancia de la identidad visual corporativa". *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, Año XII (103), 1-26. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/297/247>.

Carbonell, Josep (2014). "Diez aspectos de ética aplicada a la comunicación corporativa en el sector de la salud a la pobreza, el hambre y la apariencia de progreso", en *Cuadernos de la Fundación Víctor Grífols i Lucas 34, Ética de la comunicación corporativa e institucional en el sector de la salud* (13-29). Barcelona: Fundación Víctor Grífols i Lucas. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/46674/1/cuaderno34.pdf>.

Covaleda, Andrés; Juan Alba (2015). *Creación de nombre, estrategia de marca, logotipo corporativo, manual de identidad corporativa y planteamiento de una estrategia de posicionamiento y recordación a futuro para las bicicletas turísticas en el mercado del turismo bogotano* [Trabajo de grado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano] UTADDEO. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1442/T490.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Crespo, Donaciano (1994). "Conclusiones del Congreso Mundial de Creatividad. Creatividad y medios de comunicación". *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 1 (2), 95-96. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=2&articulo=02-1994-14>.

Cabanellas, Guillermo (1993). *Diccionario Jurídico Elemental*. Buenos Aires: Heliasta.

Cucchiari, Claudio (2019). *Identidad Corporativa: planificación estratégica generadora* [Tesis de grado. Universidad Nacional de Cuyo]. Biblioteca Digital UNCuyo. [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf).

Gutiérrez, Juan Carlos (2011). *Identidad corporativa*. Cajamarca: Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios-Perucámaras. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://www.perucamaras.org.pe/pdf/bv/21.%20Identidad%20corporativa.pdf>.

Harada, Eduardo (2014). "Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica". *Revista Mixcoac. De la academia a la sociedad*, 2 (33), 36-47. Recuperado el 22/09/2023 de: [http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/157/Logotipos,\\_isotipos,\\_imagotipos\\_e\\_isologos\\_%28e.pdf](http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/157/Logotipos,_isotipos,_imagotipos_e_isologos_%28e.pdf).

Méndiz, Alonso (2008). “Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda: una aproximación etimológica”. *Questiones Publicitarias*, I(12), 43-61. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://questionespublicitarias.es/articulo/view/v12-alonso-mendiz/122-pdf-es>.

Montaner, Alberto (2016). “De marcas y logotipos: Consideraciones terminológicas, jurídicas y emblemáticas”. *Emblemata: Revista aragonesa de emblemática*, XXII (22), 91-131. Recuperado el 29/09/2023 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5860284&orden=0&info=link>.

Rangel, Horacio (2012). *La observancia de los derechos de propiedad intelectual. Jurisprudencia*. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Recuperado el 29/09/2023 de: [https://tind.wipo.int/record/35169/files/wipo\\_pub\\_627.pdf?ln=en](https://tind.wipo.int/record/35169/files/wipo_pub_627.pdf?ln=en).

Ronquillo, Luis (2017). *Ética general y profesional*. Manta: Mar y Trinchera.

Sanabria, Luis (2014). “Conceptualización jurídica del plagio en Colombia”. *Revista Colombiana de Cirugía*, 29 (2), 88-97. Recuperado el 29/09/2023 de: <https://www.revistacirugia.org/index.php/cirugia/articulo/view/417/375>.

Seijo, Cristina (2009). “La ética y la comunicación: el eslabón fundamental en las organizaciones de servicio público”. *Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales (CICAG)*. 6 (1), 131-149. Recuperado el 22/09/2023 de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2950310.pdf>.

## Noticias de prensa

*Gaceta del Sur*. “Denuncian plagio del logo institucional de la Alcaldía de La Paz. Autoridades ediles alegan que el isologo es original” (04/05/2021). <https://gacetadelsur.com/2021/05/04/denuncian-plagio-del-logo-institucional-de-la-alcaldia-de-la-paz/>.

*Opinión*. “Denuncian plagio del logotipo de la Aduana Nacional de Bolivia” (27/10/2011) <https://www.opinion.com.bo/articulo/el-pais/denuncian-plagio-logotipo-aduana-nacional-bolivia/20111027133400383069.html>.

*Visor Bolivia*. “Partido político de las FARC plagia logotipo de una prestadora de salud” (26/08/2017) <https://www.visorbolivia.com/noticia/383>.

## Textos legales

Ley No 1322 de Derechos de Autor (13 de abril de 1992) (Estado Plurinacional de Bolivia) Recuperada el 22 de septiembre de 2023 de: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/edicions/view/1734>.

Ley General sobre Marcas y Registros Industriales y Comerciales (15 de enero de 1918) (Estado Plurinacional de Bolivia) Recuperada el 22 de septiembre de 2023 de: <https://www.senapi.gob.bo/sites/default/files/senapi/normativa/normativa-19180115-01-ley-general-sobre-marcas-y-registros-industriales-y-comerciales.pdf>.

Constitución Política del Estado (7 de febrero de 2009) (Estado Plurinacional de Bolivia) Recuperada el 22 de septiembre de 2023 de: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/app/webroot/archivos/CONSTITUCION.pdf>.



## **La acción explotadora, ideologizadora y beligerante de los medios comerciales en un momento de crisis nacional general en Bolivia (1970-1971)**

Miguel Ángel Pinto Parabá  
Universidad Mayor de San Andrés  
angelparaba@gmail.com

### **Resumen**

El presente artículo tiene como objetivo entender, en términos generales, la manera socio-económica, ideológica y política en que los periódicos comerciales actuaron en una coyuntura de crisis nacional general, que se desarrolló bajo el gobierno del general Juan José Torres (1970-1971). En el marco de un enfoque metodológico interpretativo –que busca “comprender” los “patrones” que gobiernan un fenómeno– y sobre la base del análisis de coyuntura, la entrevista colectiva y la observación documental, se abstraieron y generalizaron algunas regularidades con las que los diarios privados intervinieron en esa época. Los órganos de prensa mercantiles operaron como 1) centros de explotación física y mental de los periodistas; 2) usinas de agendas informativas parcializadas y belicosas; 3) defensores del contorno significativo procapitalista; 4) amplificadores de un clima sociológico e ideológico de tensión; y 5) difusores de prejuicios y estereotipos de corrientes liberales que estaban en contra de los movimientos nacionalistas y antisistémicos, que habían empezado a construir sus propios órganos de poder ideológicos.

*Palabras clave:* periodistas; medios; agenda; crisis nacional general; entorno significativo; prejuicios y estereotipos.

### **The exploitative, ideologizing and belligerent action of the commercial media at a time of general national crisis in Bolivia (1970-1971)**

*Abstract.* The aim of this article is to understand, in general terms, the socio-economic, ideological and political way in which commercial newspapers acted during a general national crisis that developed under the government of General Juan José Torres (1970-1971). Within the framework of an interpretative methodological approach -which seeks to “understand” the “patterns” that govern a phenomenon- and based on conjunctural analysis, collective interview and documentary observation, some regularities with which the private newspapers intervened in that period were abstracted and generalized. The mercantile press organs operated as 1) centers of physical and mental exploitation of journalists; 2) users of biased and bellicose informative agendas; 3) defenders of the significant pro-capitalist contour; 4) amplifiers of a sociological and ideological climate of tension; and 5) disseminators of prejudices and stereotypes of liberal currents that went against the nationalist and anti-systemic movements, which had begun to build their own ideological organs of power.

*Keywords:* journalists; media; agenda; general national crisis; significant environment; prejudices and stereotypes.

## **A ação exploradora, ideologizante e beligerante da mídia comercial em um momento de crise nacional geral na Bolívia (1970-1971)**

*Resumo.* O objetivo deste artigo é entender, em termos gerais, a forma socioeconômica, ideológica e política com que os jornais comerciais atuaram em um momento de crise nacional geral, que se desenvolveu durante o governo do general Juan José Torres (1970-1971). No âmbito de uma abordagem metodológica interpretativa - que busca "entender" os "padrões" que regem um fenômeno - e com base na análise da situação, entrevistas coletivas e observação documental, foram abstraídas e generalizadas algumas das regularidades com as quais os jornais privados intervinham naquele momento. Os órgãos da imprensa comercial operavam como (1) centros de exploração física e mental dos jornalistas; (2) usuários de pautas noticiosas tendenciosas e belicosas; (3) defensores dos significativos contornos pró-capitalistas; (4) amplificadores de um clima sociológico e ideológico de tensão; e (5) disseminadores de preconceitos e estereótipos de correntes liberais contrárias aos movimentos nacionalistas e antissistêmicos, que começavam a construir seus próprios órgãos ideológicos de poder.

*Palavras-chave:* jornalistas; mídia; agenda; crise nacional geral; ambiente significativo; preconceitos e estereótipos.

### **Introducción**

La participación de los medios de difusión privados en el proceso del golpe de Estado que concluyó con éxito el 21 de agosto de 1971 —ejecutado por un grupo de civiles y militares dirigidos por Hugo Bánzer, coronel del Ejército; Víctor Paz, líder del Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR); y Mario Gutiérrez, máximo dirigente de Falange Socialista Boliviana (FSB)— aún no ha sido estudiada con rigurosidad por los investigadores bolivianos.

Pese a que existen varios libros de evaluación y testimonios sobre lo que ocurrió en esos 318 días convulsivos para el gobierno del general Juan José Torres González, el tema concreto del comportamiento socioeconómico, político e ideológico de los periódicos comerciales de ese entonces tampoco ha sido abordado integralmente (Gallardo, 1991; Kieffer, 1999; Mendoza, 1973; Sandoval, 1979; Soria Galvarro, 2022; Strengers, 1991; Zavaleta, 1987).

Desde la mirada de los periodistas, hay textos que dan algunas pistas sobre lo que acaeció en el campo de la prensa entre 1970 y 1971. Empero, esos materiales todavía son insuficientes para explicar el fenómeno planteado (APLP, 2006; Irusta, 1988; Olmos, Salazar y Salazar, 2021; Pinto, 2021b; Sandoval, 2012; Viscarra, 1977).

En ese escenario, el presente artículo académico se trazó como objetivo entender —en términos generales o teóricos; desde un enfoque interpretativo (Cea D'ancona, 1998), y después de realizar un largo trabajo empírico de análisis de coyuntura, entrevistas a periodistas de la época, observación documental y análisis de discursos— el modo socioeconómico, ideológico y político en que los periódicos comerciales actuaron en ese periodo de crisis nacional general.

En esa coyuntura, el régimen de Torres ejecutó varias políticas progresistas, en medio de una difícil fase de la Guerra Fría (1945-1991). El Estado de la revolución nacional de 1952, además, había ingresado en una profunda crisis. Todo eso exacerbó la pugna por

el poder entre militares liberales y nacionalistas. La lucha castrense, no obstante, estuvo asediada por obreros y clases medias que evolucionaban aceleradamente hacia corrientes comunistas. Al final, toda esa cadena de acontecimientos desembocó en la caída del presidente Torres y la derrota sangrienta de la Asamblea Popular, un órgano de poder anticapitalista forjado durante décadas por el proletariado boliviano (Zelaya, 2021).

## Método

Es pertinente, en primer lugar, aclarar que este artículo académico es un avance de investigación o primer intento de abstracción que corresponde a un trabajo más extenso. Esta indagación más amplia está entendiendo los “patrones”, “regularidades” y “tendencias” que rigieron parte del campo político-periodístico del régimen nacionalista de Torres, que administró el país combatido por una oposición liberal armada, entre el 7 de octubre de 1970 y el 21 de agosto de 1971 (Torres, 1973). Esas tendencias generales, paralelamente, impulsaron sorprendentes acciones populares y órganos de poder ideológicos antisistémicos.

La comprensión de patrones, regularidades y tendencias está en desarrollo a través del estudio sistemático de una serie de sucesos extraordinarios que definieron ese ciclo histórico. En cada uno de esos acontecimientos, la comparación y triangulación (contrastación) de datos —obtenidos mediante las técnicas del análisis de coyuntura, la observación documental, la entrevista colectiva a periodistas que participaron en esos hechos y el estudio de discursos— son procedimientos interpretativos fundamentales, que están permitiendo una aproximación integral y fidedigna a esa etapa de crisis.

En segundo lugar, es importante también tomar en cuenta que este primer acercamiento teórico a ese crítico proceso (socioeconómico, político e ideológico-periodístico de principios de la década del setenta) es la continuación de un estudio que se realizó sobre la actuación insurgente de los periodistas en el gobierno del general Alfredo Ovando Candia (Pinto, 2005).

En esta indagación fueron observados metódica y discursivamente tres periódicos: *Presencia*, *Hoy* y *El Diario*. El primero estaba dirigido por la Iglesia Católica; el segundo, por la familia Alexander y el tercero se encontraba “cooperativizado” por sus trabajadores. Con el fin de enriquecer la información, se consultaron a la par otros matutinos. Al mismo tiempo, se estudió gran parte de la bibliografía que aborda ese momento histórico. Paralelamente, tres periodistas que actuaron en esa coyuntura (Jorge Mansilla Torres, Andrés Soliz Rada y Juan Carlos Salazar) fueron entrevistados de manera colectiva.

En otras palabras, para desarrollar este primer trabajo de abstracción, bajo la lógica investigativa mencionada anteriormente, se han realizado y publicado, de forma preliminar, varias reflexiones epistemológicas (Pinto, 2012a); exploraciones bibliográficas, hemerográficas, digitales y análisis discursivos de unidades noticiosas (Pinto, 2018a; Pinto, 2018b; Pinto, 2020a; Pinto, 2020b; Pinto, 2020c; Pinto, 2020d; Pinto, 2020e; Pinto, 2021a); entrevistas colectivas a actores clave de la época (Pinto, 2012b), y análisis de coyunturas histórico-políticas, basados en métodos, técnicas e instrumentos utilizados en anteriores investigaciones (Pinto, 2005).

## **La crisis y la razón de ser de la actividad periodística**

En periodos de crisis nacional general, el periodismo, los medios de difusión y sus actores que participan, de forma directa o indirecta, en la producción de información u opinión noticiosa ingresan en un extraordinario espacio-tiempo de lucha económica, política e ideológica que, de modo frecuente, tiende a bifurcarse.

Los órganos periodísticos comerciales, en esos ciclos históricos, se convierten de manera abierta en escenarios beligerantes, entidades de agitación y, fundamentalmente, organizaciones sociales de guerra discursiva a favor del orden establecido. A través de la producción de noticias y la construcción de agendas informativas, la televisión, la radio, la prensa escrita y ahora las plataformas digitales de información buscan con mayor énfasis conquistar, fortalecer o debilitar las emociones, sentimientos, razonamientos y marcos interpretativos que forman parte del imaginario de sus destinatarios, varones y mujeres que a diario se encuentran expuestos a la vorágine informativa. Y los periódicos no están al margen de esa tendencia general.

En coyunturas convulsionadas, en la mente y la actividad diaria de los propietarios, los financiadores, los gerentes administrativos, los directores de contenidos y los periodistas de los medios privados, de manera principal, afloran francas, férreas y organizadas posiciones político-ideológicas. Ellos ya no se presentan como “testigos” de la historia, sino más bien se desenvuelven como protagonistas. En ese marco, sus expresiones engañosas o fetichizadas (falsas y sobrenaturales), que los acompañan en tiempos de paz y giran en torno a una supuesta “independencia”, pierden vigor. La “objetividad periodística”, la “imparcialidad informativa”, la “neutralidad ideológica” y otras frases –que barnizan sus actuaciones y traducen un paradigma “positivista” de raíz empresarial y capitalista, que cree que “los hechos deben ser tratados como cosas” (Canedo, 2014b: 38-40)– se diluyen como agua entre las manos y, en ciertas ocasiones, hasta desaparecen, ante el embate de la contradictoria realidad.

En momentos de crisis global de autoridad, de esa forma, los órganos de prensa y sus diversos operadores –que, desde una cosmovisión dominante, pasos lógicos y procedimientos laborales, transforman los hechos reales en noticias– entablan polarizadoras prácticas, interacciones o relaciones sociales (de conflicto, coexistencia, cooperación o complicidad) para seleccionar, valorar, organizar, jerarquizar, significar y difundir agendas informativas.

En esa perspectiva, la construcción de agendas –que 1) expresan determinadas visiones de mundo, maneras de interpretar la realidad e intereses y 2) visibilizan ejes temáticos (acontecimientos), situaciones sociales deseadas, situaciones a abandonar o defender, discursos, escenarios y ejercicios de poder entre actores– se convierte en la razón de existir de los protagonistas del periodismo mercantil. Ahí, los fabricantes de sentidos periódicos para ser difundidos en el mercado ya no seleccionan sucesos noticiosos de manera “ecuánime” y “profesional”, sino exponen sus relaciones de fuerza –con pugnas y consensos, victorias y derrotas– que se materializan en el potenciamiento de específicas narrativas. En la agenda mediática o red de noticias ordenadas jerárquicamente, entonces, se cristalizan las principales causas de las luchas informativas, imperceptibles para la mayor parte de la población en tiempos de calma.

## **El periodismo, una relación social y significacional**

En ese orden de ideas, se puede sostener que son las relaciones humanas en situaciones de crisis, en última instancia, las que permiten ver y entender, de forma progresiva y más nítida, que el periodismo no es una labor “objetiva”, “imparcial”, “neutral” “distante”, “equitativa”, “universal” o “independiente”, que está por encima de los avatares de la vida real o al margen de las multifacéticas pugnas interpersonales cargadas de historia.

De igual forma, la agitada realidad colectiva demuestra, mediante múltiples acontecimientos, que el accionar periodístico no es un espacio de “mediación” entre la “cambiante realidad” y los públicos (Gomis, 2001: 175-187) o entre el Estado y la sociedad civil, lugar en que los consensos y los conflictos no existen ni gravitan. Tampoco es un instrumento mediador “independiente” y “veraz” entre la información y los lectores, donde el periodista “se abstiene de incluir sus opiniones personales” (*El País*, 1996: 23).

En esos ciclos críticos, las arduas luchas sociales, a la vez, le quitan su manto mágico (fetichizado) al denominado periodismo “social” o “al servicio de la sociedad” que se exhibe como un canal (ahistórico, asocial y apolítico) que solamente ayuda a resolver los problemas de la comunidad o que presenta contenidos, con parte y contraparte, para que el público adopte una posición, sin sesgos ni influencia alguna.

Parafraseando al sociólogo René Zavaleta, son en esas etapas de fractura —en que las sociedades se hunden hasta el tope y las clases inertes o receptoras se escinden de la unidad autoritaria— cuando se abren “instantes de revelación” y las relaciones sociales o de poder se presentan ante los ojos de los hombres de manera “atrozmente desnudas” (1988: 17-73). Y es precisamente en dichas coyunturas que el espacio periodístico, los medios —por ende, los diarios— y sus protagonistas aparecen despojados de sus mistificados semblantes y revelan su verdadero rostro y poder.

En ese sentido, la actividad periodística, en tiempos de crisis estatal y social, retorna a sus orígenes que lo fundaron, edificaron y constituyeron: la fase del periodismo ideológico, momento en que sus actores exteriorizaban, sin miedo ni culpabilidad alguna, sus intereses, posiciones o sentidos de clase. Para comprender lo señalado, hay que tener en cuenta que, en su nacimiento y a lo largo de un periodo que abarca aproximadamente desde fines del siglo XV hasta mediados el siglo XIX (Parrat, 2008: 19-35), la conversión ideológico-política de los hechos en contenidos noticiosos era más directa, manifiesta, franca y auténtica: sus operadores semánticos no se encubrían en una separación superficial, falaz e interesada entre opinión e información.

Por tanto, el periodismo es una labor humana: es el modo, en esencia, en el que se materializan las prácticas o interacciones sociales y sus respectivas correlaciones de fuerzas (de conflicto, coexistencia, cooperación o complicidad) en los diversos procesos de intelección, producción y difusión de información u opinión noticiosa y agendas informativas.

## **El diario, un microcosmos económico-social**

Bajo esa lógica, los medios de difusión y, en específico, los rotativos no son entidades estáticas, instauradas de una manera y para toda la eternidad. Al contrario, son

organizaciones dinámicas, contradictorias y llenas de vida. Si bien, a lo largo de su historia, han mantenido ciertos rasgos habituales que giran en torno a la producción de información/opinión noticiosa, siempre han evolucionado. Sus actuaciones socio-económicas, políticas e ideológicas, en términos gráficos, son zigzagueantes.

Presionados por el contexto socio-económico, político e ideológico, los avances tecnológicos y la necesidad mercantil-capitalista de vender más y a bajo costo, los diarios, desde sus orígenes, han perfeccionado sus sistemas de trabajo cada periodo de tiempo<sup>1</sup>.

En su interior, como ocurre con toda empresa mercantil, los trabajadores de la prensa cumplen una serie de labores especializadas a cambio de un salario, y es por eso que se organizan en sindicatos<sup>2</sup>. La venta de sus capacidades físicas e intelectuales a los propietarios de los medios los obliga a desempeñar específicas tareas individuales en un determinado tiempo. En ese marco, los obreros de los medios (varones y mujeres) pierden cierta autonomía y se someten de forma exclusiva, por un monto de dinero, a un sistema

---

1 Amparo Canedo describió cuatro “sistemas de trabajo” periodísticos que funcionaron en Bolivia: con “secciones feudales” (1982-1992); “integración incipiente” (1993-2000); con “redacciones acordeón” (2001-2010), y “convergencia mediática” (2014a: 83-96).

La relación laboral con “secciones feudales” fue la que tuvo mayor conexión con el fenómeno investigado en el presente estudio. Ahí, en ese espacio social y discursivo que gravitó en el anterior siglo, los periodistas que lucharon por la implementación del sistema democrático se forjaron como “héroes”. Eran épocas en que el sonido de las máquinas Olympia y de otras marcas copaba las redacciones de los diarios.

En los periódicos, los redactores estaban divididos por áreas: Política, Economía, Sociedad, Deportes, Cultura e Internacional. Los trabajadores de la prensa tenían un jefe de Redacción y un jefe de Información, además de un director y subdirector “que se encargaban de las páginas de opinión”. Aparte de pertenecer a una área, el cazanoticias tenía un número de fuentes fijas que debía cubrir diariamente por la mañana y la tarde. “Los periodistas prácticamente dependían para todo en un 90 por ciento de su propia iniciativa”. Recorrián sus fuentes como una “peregrinación” junto con colegas de otros medios y todos tenían las declaraciones de las mismas personas. A las 15.00, empezaban a escribir sus materiales los periodistas de las secciones Internacional, Cultura y Deportes; a las 16 o 17, quienes estaban en Sociedad y Economía, y, en la noche, los del área Política. Cada redactor debía hacerse cargo de una o más páginas que las rayaba en papel sábana con la ayuda de un lápiz de dos colores: rojo para las fotos y azul para los textos. Además, encabezando cada artículo iba un título escrito a máquina y pegado con engrudo (preparado de harina cocida en agua). “Todo ese trabajo—que no tenía horario de cierre—era coordinado con el jefe de Información porque el de Redacción solía desaparecer para presentarse únicamente en la noche, con el fin de elaborar la portada del rotativo”.

Los artículos de los periodistas, antes de que fueran al “armado manual del periódico”, pasaban a manos de los “correctores de estilo” para ser “corregidos en papel con bolígrafo rojo”. Luego que el redactor realizaba los cambios, un hábil “compaginador” recortaba columnas para pegarlas una tras otra, con “ayuda de un estilete y pegamento”. El corrector “de prueba” era el que terminaba de afinar los textos en ortografía, acentuación y puntuación. Todo ese sistema laboral fue “bautizado como *feudal*, porque cada tres a cuatro periodistas que pertenecían a una misma área trabajaban solo en ella, de manera exclusiva”.

2 Según el Estatuto del Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz, (STPLP, 1996), son “los periodistas, reporteros gráficos, trabajadores de los departamentos de publicidad, administración, correctores de prueba, dibujantes, diagramadores, gráficos y todos los trabajadores de diarios” los que tienen derecho a ser “afiliados” a esa institución. El principal requisito para pertenecer al Sindicato es “ser asalariado”.

Los objetivos centrales del Sindicato son “generar y coordinar proyectos en beneficio de sus afiliados (...) así como programas destinados a mejorar sus condiciones de vida y de trabajo, de acuerdo con los principios de justicia social, libertad y dignidad”, e “impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho de información, entendido este como el derecho que tienen los pueblos a informar y ser informados” (STPLP, 1996: 10-12).

de trabajo gobernado por un individuo o socios que disponen de capital. Los dueños, subsumidos en una lógica de producción capitalista, dejan la conducción del rotativo en manos de un director, que es acompañado por gerentes y jefes de prensa que controlan la cantidad, calidad y los contenidos periodísticos y otros materiales producidos por los asalariados de la información.

Y es en esa interacción trabajador-empresario, precisamente, donde funciona el corazón de las relaciones sociales en los medios en general y los periódicos comerciales en particular. Desde allí, como si fueran torrentes sanguíneos, se despachan noticias y agendas mediáticas a todo el sistema social, con el propósito de oxigenarlo simbólicamente. Sin la correcta marcha de ese órgano vital (la interacción obrero-patronal física y significacional) o núcleo reproductor de sentidos, el cuerpo mediático mercantil-capitalista (socio-económico, político e ideológico) sufriría arritmias y una convulsión que, a veces, puede ser letal.

Augusto Céspedes, al analizar ese microcosmos social, puntualizó que esa es la razón por la que los periodistas, en específico, son considerados “obreros sui géneris”, porque al vender su fuerza de trabajo, en cierto modo, comprometen su pensamiento y su “personalidad política” en servicio de la “ideología del empresario”. Por consiguiente, habiendo “libertad de opinión” solo para la empresa y no así para el “proletario periodista”, este hace del sindicato el baluarte de su “independencia espiritual”, donde no solo defiende sus derechos colectivos de obrero, sino también su “personalidad intelectual” (Céspedes, 1970: 5).

### **El periódico, espacio de explotación y fetichización**

El diario es, en el fondo, una fábrica (“medio”) mercantil-capitalista: un complejo centro donde se sostienen relaciones sociales de explotación y fetichización laboral. Como toda industria, busca producir mercancías con alta demanda y a bajo costo. De esa manera, para generar mayores ganancias, los dueños de esas factorías ideológicas reducen sus gastos en la compra de mano de obra calificada (el pago de salarios) y materiales destinados a la elaboración de una de las mercancías más efímeras del orbe: la información noticiosa.

En esa perspectiva, queda claro que los trabajadores de la prensa, igual que otros seres humanos, son individuos con necesidades económico-sociales vitales, especializados –técnica y mentalmente– en una labor: manejar y jerarquizar la realidad informativo-noticiosa. En otros términos, ellos, a costa de un monto de dinero pagado por el propietario de la empresa, libran diferentes relaciones profesionales entre ellos y con sus fuentes (de cooperación, complicidad, coexistencia o conflicto) para valorar, producir y difundir agendas informativas. Los obreros de los órganos escritos, de ese modo, viven igualmente de un pago –muchas veces mínimo para sobrevivir– que reciben por su actividad constructora de sentidos.

Los asalariados de la información, por consiguiente, asumen un obligado vínculo de subordinación con respecto a los dueños de las empresas. Los propietarios, por su parte, controlan la actuación de sus dependientes con líneas editoriales, políticas informativas, sistemas de trabajo históricamente determinados, contratos individuales y personal de confianza. Y son esas relaciones de poder precisamente las que generan condiciones para la

explotación laboral de los hombres de la prensa, que con su esfuerzo sostienen la marcha del medio<sup>3</sup>.

Bajo esa lógica y en términos más abstractos, los periodistas, en el régimen global actual, son también seres cosificados y mercantilizados a quienes se les quita su esencia social o política (la realización de proyectos de vida en comunidad) y se les extrae un valor extraordinario o en demasía (un “plusvalor”) que nunca está justificado en sus salarios. Son, en verdad, operadores semánticos subsumidos en un ambiente individualista y lleno de explotación y fetichización capitalista. La forma de existencia mercantil de los sujetos y objetos en general está explicada, en *El Capital*, como una realidad en “doble estrato” y “contradicción”: se constituyen por su forma estructural en cuanto tal (su “cuerpo”), es decir, en su existencia o materialidad socio-natural “física” o “sensorial”; pero también se constituyen por su forma modificada, sobredeterminada, “meta-física”, “sobrenatural”, atrapada o mixtificada por una configuración sobrepuesta y parasitaria (“explotadora”) que les otorga una existencia como “puro objeto” (su “alma”) o “cosa” social de simple intercambio (Cf. Marx, 1975).

La suma de esfuerzos físicos y mentales que usan los obreros de la información para ayudar a construir la agenda informativa, en esa línea, nunca es remunerada y reconocida a cabalidad. Los dueños, aparte de contar con la potestad de manipular la agenda, se apropian de la energía no pagada y la reproducen en términos capitalistas. Y es ahí, en la extracción o robo de plusvalía, donde se encuentra el pilar fundamental de la riqueza y poder de los magnates de la información<sup>4</sup>.

---

3 Tras definir al “periodismo boliviano” como un oficio fronterizo (entre el poder y la cotidianidad), lleno de presiones, censuras y ambivalencias, y asediado por pésimas condiciones de trabajo, sobreexplotación, inestabilidad laboral y estrés, Rafael Archondo caracterizó la situación laboral de los periodistas como extenuante y precaria. Por un lado, el periodista de texto es visto como un “intelectual” capaz de discutir de tú a tú con cualquier autoridad; por otro lado, es visto como un “obrero” enganchado en una fábrica llena de estrés y apremio. Esta ambivalencia constante marca su psicología más íntima. Es, por ende, una “curiosa amalgama” de escritor en germen, militante político a medias e impertinente ocasional. (...) Sus noticias son objeto de constantes presiones, cada dato sufre el asedio de jefes de redacción, directores, fuentes informativas y hasta anunciadores. El texto producido por el trabajador de la información se institucionaliza, pasa por una cadena de censuras, se va amoldando a un discurso y termina enajenado. “El periodista escribe muchas veces algo que al día siguiente no reconoce tras su paso por los filtros” (Archondo, 1999: s.p.).

El periodista tiene horarios de médico y jornales de enfermero. La naturaleza del oficio, adherida a las urgencias, disuelve cualquier posibilidad de enfrentar una vida normal. Las presiones sobre las orientaciones de los textos, la competencia por las primicias y la exigencia de un trabajo de calidad han convertido a las redacciones en equipos de terapia intensiva. “ Los tiempos de permanencia de los periodistas en un cargo no pasan habitualmente los dos años. La rotación es constante. La sobre-explotación y el estrés son el común denominador de esta profesión” (Archondo, 1999: s.p.).

4 Las relaciones sociales de explotación en las que están sumergidos los trabajadores de los medios en el sistema capitalista son una constante. Una investigación realizada a principios de este siglo demostró que el “periodista boliviano tipo” –definido como todo aquel que obtiene sus principales ingresos económicos por desarrollar labores de recolección, elaboración y edición de noticias y otros textos informativos en radios, canales de televisión y periódicos– es una persona que “por lo general trabaja entre diez y doce horas diarias, con índices de insatisfacción personal, con una mentalidad progresista, con fuertes prejuicios y rechazos hacia los poderes económicos y políticos, obligado muchas veces a autocensurar su trabajo o bien siendo censurado por sus jefes, con alta inestabilidad laboral y muy pesimista sobre su futuro laboral” (Peñaranda, 2008: 21-58).

En ese mismo estudio, la investigadora Gabriela Ugarte concluyó que la fuente laboral del periodista boliviano

**"Cashmilon"**  
 100% Fibra Acrilica  
 ASAHI Tel. KASEI  
 24973-22136

# EL DIARIO

Fundado por José Gutiérrez el 3 de Abril de 1961  
 La Paz, Miércoles 21 de Octubre de 1970

Año LXVII

N.º 22.862

12 Páginas 5b a 3b.

«El servicio del pueblo por voluntad de sus trabajadores»



El presidente de la Beneficencia Juan José Torres, junto al ministro de Salud Pública y Previsión Social el señor de izquierda, además del principal especialista médico en radiación y ultrasonidos, durante la visita al Hospital de la Beneficencia.

## ‘El gobierno volcará energía para resolver la salud de los obreros’

“El gobierno volcará energía y resolverá la salud de los obreros. Volcará energía en materia de salud de los obreros”, afirmó el ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, durante la visita al Hospital de la Beneficencia.

## Hay deseo de que menor número de militares ocupe cargos públicos

El ministro de Defensa manifestó que desea que la institución militar sea un cuerpo profesional, que se dedique a la defensa y no a ocupar cargos públicos. El ministro de Defensa manifestó que desea que la institución militar sea un cuerpo profesional, que se dedique a la defensa y no a ocupar cargos públicos. El ministro de Defensa manifestó que desea que la institución militar sea un cuerpo profesional, que se dedique a la defensa y no a ocupar cargos públicos.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

El ministro de Salud Pública y Previsión Social, Juan José Torres, afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros. Torres afirmó que el gobierno volcará energía en materia de salud de los obreros.

# Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati

Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati. Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati. Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati.

Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati. Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati. Trabajadores del DIARIO se unen a la cooperativa EL DIARIO para cooperati.

## Crisis Ministro d renunció a

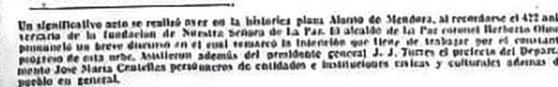
Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a.

Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a.

Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a.

Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a.

Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a. Crisis Ministro d renunció a.



Aniversario de La Paz

Un significativo acto se realizó ayer en la histórica plaza Alarcón de Mendoza, al conmemorarse el 412 aniversario de la fundación de La Paz. El alcalde de la ciudad, doctor José María Cordero, presidió el acto, en el que participaron representantes de la municipalidad, de la prefectura y de la comunidad en general.

## Campesinos apoyan

Fig. 1. Portada de El Diario, 21 de octubre de 1970.

Empero, en periodos críticos, la relación social de sumisión socioeconómica, política e ideológica entra en fricción, se debilita y permite el surgimiento de una nueva correlación de fuerzas. De acuerdo con un conjunto de circunstancias históricas, el impulso de la crisis general y el avance contradictorio de la conciencia de sus actores, ese dominio de clase se modifica y surge una nueva interacción colectiva. Los trabajadores de la prensa asumen posiciones rupturistas del orden establecido y despliegan acciones muy creativas. Recobran su humanidad, su socialidad y recomponen proyectos de vida en comunidad. En cuestión de relaciones humanas, en efecto, nada está escrito en piedra.

### El entorno significativo normalizador

Pero eso no es todo. El microcosmos periodístico descrito anteriormente, cargado de agobio, presión y explotación, está asimismo penetrado y sometido por un contorno social y significativo (campo semántico) más amplio, denso y hegemónico (constructor de sentido común). Y es en ese vasto espacio de sentido fetichista, dicho sea de paso, donde se define en última instancia lo que *grosso modo* es correcto o incorrecto, normal o anormal, legítimo o ilegítimo, verdadero o falso, bueno o malo, lindo o feo y otras dicotomías.

Sucede que, desde el auge de la manufactura y la mercantilización de la fuerza de trabajo, en el siglo XV, aproximadamente, la creciente generalización del proceso de reproducción social (praxis) capitalista ha constituido también un amplio “espacio de sentido procapitalista” —es decir, un campo significacional hegemónico que se procrea y se basa en la práctica valorizadora del valor, productora de plusvalor o generadora de capital— (Pinto, 2005: 21-34).

Respaldo en varios estudios, Zavaleta definió a ese trascendental movimiento histórico, sociológico y simbólico —que fue parte del desarrollo de la acumulación originaria del capitalismo mundial y el “capital productivo”— de “constitución” de las “formaciones aparentes” o “mediaciones ideológicas” burguesas, cuya función esencial es la “transfiguración”, “cosificación”, “mixtificación” y “fetichización” de los objetos y sujetos sociales y las relaciones de dominación. En otros términos, es el momento de aparición de una “lectura” particular de la realidad a partir de la ganancia. “La formación aparente de la sociedad (basada en el capital) no coincide jamás con lo que la sociedad es: la explotación está enmascarada como igualdad; las clases colectivas como individuos (o cosas); la represión como ideología; el valor se presenta como precio; la base económica como superestructura, y la plusvalía como ganancia. Todo está travestido y disfrazado” (1988: 213-261).

Bolívar Echeverría, desde otro punto de vista, corroboró y precisó lo mencionado: “únicamente” en el caso de las “significaciones” compuestas por la “clase burguesa” para defender sus propios intereses (discursos e ideas concretas: clasistas, patriarcales, racistas y otras), su “eficacia o verosimilitud” se encuentra “potencializada por la acción de un dispositivo normador o subcodificador del código comunicativo general”, que imprime

---

es prácticamente “un territorio minado” donde, por ejemplo, “hacer público un pedido por aumento salarial o por reclamar sus beneficios sociales resulta un tabú”. “La competencia no profesional y la flexibilización laboral juegan un rol determinante a la hora de pedir mejores términos laborales” (Peñaranda, 2008: 79-84).

a toda la producción y consumo de significaciones un “sentido apologético elemental” respecto del modo capitalista de la reproducción social.

Las ideas de la clase dominante capitalista no solo son dominantes porque son expuestas (e impuestas) con medios de difusión (...). Las ideas del burgués dominan, en realidad, porque él puede “demostrar” fácilmente con el lenguaje de la época (sistema de significaciones de la vida real que surge de la producción y circulación capitalista cotidiana) la “identidad” entre las “relaciones individuales o humanas en general” y las “relaciones mercantiles” (Echeverría, 1986: 18-50).

Por todo eso, se puede afirmar que el periodismo, los órganos de prensa y las relaciones sociales y discursivas que mantienen sus actores para hacer noticias y construir agendas informativas están, además, subsumidos a un fenómeno normalizador potente, complejo y estructural: un contorno significativo (un mega-marco sensorial-conceptual) superestructurado en sentido capitalista. Y esa es la razón de fondo por la que, frente a las ideas impugnadoras de los sectores oprimidos (de clase, nación, género y otras), las posiciones apologéticas del mundo moderno tienen una mayor fuerza persuasiva.

### **La construcción de climas sociológico-ideológicos**

Sobre la base de lo mencionado, es pertinente precisar que el fin último de toda lucha social es el control del Estado. Para obtener ese poder, los grupos en conflicto –partidos, fracciones e individuos que los representan– operan material y simbólicamente sobre el conjunto de la sociedad. La manera más habitual de conmovir, convencer y hacer actuar a la colectividad es descifrando sus emociones, experiencias, necesidades, sentimientos, aspiraciones, expectativas, razonamientos, marcos interpretativos e incluso sueños, para luego dotarles de ideas, objetivos y convicciones que estimulen su acción en apoyo o detrimento del orden establecido<sup>5</sup>.

En esa tenaz y exacerbada disputa por copar el aparato estatal, el contorno significativo procapitalista se tensiona, se vuelve inestable y entra en contradicción. Ante esa complicada situación, los órganos periodísticos tradicionales y sus actores defienden ese entorno sistémico y retornan a sus orígenes que lo fundaron: el periodismo ideológico, que exterioriza lecturas y visiones interesadas de la realidad. En medio de la ascendente lucha, paralelamente, radicalizan su actuación y posición, y al mismo tiempo participan de modo militante en el potenciamiento de prejuicios (emociones, percepciones y sentimientos superficiales), estereotipos (razonamientos dogmatizados) y otros elementos reforzadores o perturbadores del orden social. Sobre esa base, en suma, coadyuvan en la construcción de una temperatura sociopolítica que es utilizada, de manera fundamental, por corrientes conservadoras: un clima sociológico e ideológico, es decir, un fenómeno particular de la

<sup>5</sup> Esos procedimientos ideológico-políticos son también utilizados en periodos electorales. Un documental que visibiliza a detalle esa actividad es “Nuestra marca es la crisis”, donde se muestran los juegos de poder físicos y mentales que desarrollaron el MNR, la Nueva Fuerza Republicana (NFR) y el Movimiento Al Socialismo (MAS) para capturar el aparato del Estado en 2002 (Boynton, 2005).

conciencia común donde se entremezclan las experiencias pasadas de los hombres con las distintas influencias ideológicas coyunturales.

En medio de ese ambiente, mientras que a los que desean el cambio o la revolución anti-sistémica se les hace más dificultoso mostrar a la población las causas profundas de una situación social —es decir, operar en los niveles superiores (científico-ideológicos) de la conciencia de las personas—, a los sujetos del inmovilismo colectivo les basta con estimular en los individuos sus intuiciones, impresiones y huellas del pasado (ideológico-sensoriales), que yacen en el fondo de sus laberintos mentales. Además, por si todo lo señalado fuera poco, hay que subrayar que esas actuaciones sobre las percepciones preliminares, prejuicios y estereotipos tienen el fuerte y cotidiano respaldo del entorno significativo estructurado (fabricado, travestido y fetichizado) en términos capitalistas, desde hace más de cinco siglos<sup>6</sup>.

En otras palabras, los sectores dominantes y sus aparatos de difusión, en esos periodos convulsivos, necesitan mantener en la multitud los niveles de “fe”, “creencia” y “pseudo conocimiento” tal como vienen del pasado y de la situación imperante. En esos compartimentos mentales a sostener se encuentran afincados muchos elementos subjetivos (“preconceptos”, “estereotipos”, “predisposiciones” y “disposiciones”), a los que, luego, se agregan nuevos elementos agitadores dirigidos a las emociones y sentimientos, que generan diversos estados de ánimo: inestabilidad, incertidumbre, miedo, asco, sorpresa, terror, dolor, odio, predisposición a la violencia y otros.

Esta tarea difícil, pero no imposible: que la gente opere, actúe y construya o destruya guiada por un ‘discurso’, que es en esencia *antiverdad*, no puede realizarse si acaso el pensamiento, la racionalidad no están ofuscados. En el aparato psíquico, en aquellos fondos de los que hablamos, existen pues unas formaciones de origen socio-psicológico (prejuicios, ante todo) que con su gran carga afectiva no solo alcanzan a velar totalmente la visión de la realidad (e impiden penetrar en la verdad), sino que proporcionan impulso para la acción —irracional, descabellada, violenta y a contrapelo de la historia— (Domich, 1989: 26-37).

Esas “formaciones sociológicas y psicológicas”, hay que recordar, fueron descritas por Zavaleta como “mediaciones ideológicas” propias del mundo capitalista<sup>7</sup>.

En ese contexto donde funcionan varios mecanismos sociopolíticos internos de

---

6 Desde otro enfoque, los nuevos descubrimientos de la “neurociencia”, la “ciencia cognitiva” e investigaciones sobre la “sociedad red”, Manuel Castells, con decenas de estudios empíricos de este siglo, demostró que, en última instancia, el poder funciona actuando sobre las “emociones”, “sentimientos” y “razonamientos” de las colectividades a través de mensajes informativos. “El poder se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación, incluida la autocomunicación de masas”. Con marcos teóricos de otras disciplinas, hizo un repaso sobre el modo cómo se forjan tejidos sociales y “neuronales” a favor del “sistema-mundo” (Castells, 2009). El tercer capítulo de su libro, *Redes de Mente y Poder* es fundamental para entender esos procesos, científicamente calculados, de asalto a la razón.

7 Es oportuno puntualizar que Marcos Domich, René Zavaleta y Augusto Céspedes participaron activamente en la cadena de complicados acontecimientos que acaecieron bajo el gobierno de Juan José Torres. Varias de sus percepciones y definiciones citadas en este estudio se basan en datos abstraídos de esa realidad concreta.

la crisis, las actuaciones del periodismo comercial, los medios, los periodistas y sus discursos son también fundamentales en el potenciamiento de climas y estrategias de poder o resistencia. Con la perspicacia que surge de su necesidad de sobrevivir, captan tendencias, remotos anhelos, cotidianas ansiedades y otras regularidades de los hombres que se encuentran en acción, para, inmediatamente, estructurar y digitar noticias y agendas informativas. De ese modo, los órganos de prensa privados canalizan y amplifican la energía de algunos sectores sociales en conflicto y, al mismo tiempo, martillean los cerebros de otros con posiciones y consignas disfrazadas de información noticiosa, dizque “imparcial”, “neutral”, “objetiva” y/o “independiente”. Con esa destreza física y mental ponen en alerta y pie de combate, a favor de un determinado orden, a grupos cada vez más amplios de la sociedad. Y las fuerzas armadas coercitivas del Estado (la Policía y el Ejército) no están blindadas contra esas actuaciones persuasivas del periodismo mercantil.

### Las fábricas de prejuicios y estereotipos

Después de definir a los prejuicios como la existencia de “algo” (palabra, actitud o acción) que indica una posición y relación social de un sujeto con otro sujeto, hecho o fenómeno que “desconoce en extremo”, Domich develó los procedimientos de la “estrategia de la tensión”, que operan en épocas de convulsión social: bombas, asesinatos, secuestros, desapariciones, difusión de rumores; utilización de prejuicios y estereotipos; preparación y contratación, inclusive “importación” del personal experto en aplicación de la técnica; publicaciones de boletines, informes confidenciales, y usos del teléfono y el “mensaje elíptico”, pero de efecto calculado (1989: 94-106). La tensión puede adquirir un signo progresista o reaccionario.

En el marco de esas operaciones especiales, los órganos periodísticos comerciales participan en la amplificación de varias de las actividades agitadoras mencionadas. Los climas, bajo esa lógica, logran surgir de manera espontánea; sin embargo, también se pueden erigir. En esa perspectiva, los medios tienen una gran actuación en su instauración (manifestando necesidades y exigencias o soluciones) y alimentan estados de ánimo sociales, en diversa dirección, intensidad y constancia. Tanto para la construcción del “macroclima” o el “microclima”, la condición más importante para su surgimiento es la comunicación interpersonal y la información transmitida por los medios (Domich, 1989: 27-28)<sup>8</sup>.

En momentos de inestabilidad y recargada incertidumbre, el clima se caracteriza, sobre todo, por la presencia del signo de la tensión, que surge cuando el funcionamiento de las instituciones sociales y el sistema de expectativas humanas se desnivela y entra en contradicción. Además, la conciencia cotidiana o corriente entra en confrontación con un ser social bruscamente cambiante. Eso produce un desajuste, genera expectación y un aumento de la sensibilidad. Hábitos, costumbres, cotidianidades, relaciones sociales corrientes, representaciones, prejuicios, estereotipos aparecen repentinamente incitados y muchas veces cuestionados. Es en ese momento en que la conciencia de los diversos estratos sociales se convierte en un terreno de lucha sin cuartel. La violencia física y simbólica genera incertidumbre, tensión, temor y, luego, ira, en una especie de movimiento

---

8 Entre 1970 y 1971, esos procedimientos fueron aplicados en torno a la lucha “contra el comunismo”. Hoy, con técnicas y discursos remozados, todavía están siendo utilizados.

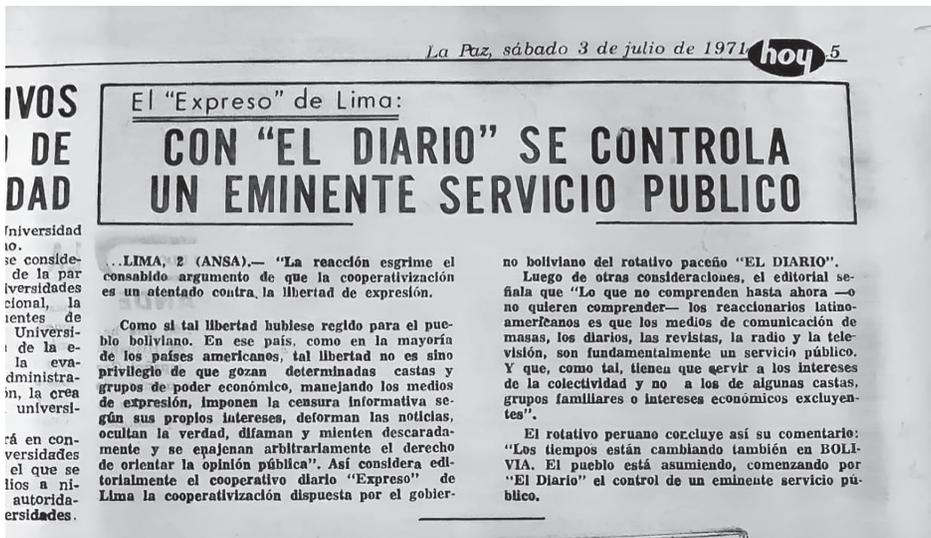


Fig. 2. Noticia de El Expreso de Lima reproducida por Hoy, 3 de julio de 1971.

en espiral. Los medios mercantiles, en esa perspectiva, operan con técnicas sugestivas: potencian y fabrican más prejuicios y estereotipos que defienden el orden establecido y, a su vez, retroalimentan el contorno significativo imperante.

Así, el clima extremo se torna en un fondo sobre el cual la gente efectúa la valoración de los acontecimientos de la realidad colectiva y de su propio rol en los mismos; sobre esa trama, en última instancia, elabora, aprueba y ejecuta resoluciones políticas.

Es de esa manera como el clima socio-psicológico se convierte en un factor favorable o desfavorable a determinadas acciones o transformaciones de un orden social. En ese proceso, los medios tienen gran participación.

### El ascenso político de los obreros de la prensa

Empero, como todo en la vida, esos procesos poseen en su interior sus propias contradicciones. En momentos de crisis, ante la evolución de los conflictos y como sucede con otros sectores, los trabajadores de los medios les dan otra dinámica a sus relaciones sociales (de conflicto, coexistencia, cooperación o complicidad). En el campo laboral, tienden a reagrupar y potenciar sus sindicatos. La cooperación y la complicidad entre afiliados se vuelve una regularidad. A falta de respuesta a sus pedidos de mejores condiciones de vida, ingresan en una ascendente querrela material y simbólica con los empresarios de los medios comerciales. Su conciencia colectiva, poco a poco, critica y supera el contorno signficacional mercantil-fetichista. En ese proceso, entra en debate y luego en disputa una praxis económico-política esencial para toda empresa: la apropiación de la plusvalía.

Esa reyerta obrero-patronal, no obstante, cobra mayor explosividad cuando se conecta con demandas de mayor libertad de expresión planteadas por los periodistas y nuevas reivindicaciones que las articula con otros gremios. Bajo determinadas

circunstancias históricas —la generalización de la agitación social y el avance clasista de la forma de actuar y pensar de los obreros de la información—, las relaciones de poder normalizadas en los órganos de prensa sufren sobresaltos. Al interior de los medios, las relaciones sociales (socio-económicas, políticas e ideológicas) entre sindicalizados y empresarios ingresan en fricción. El surgimiento de una nueva interacción colectiva se vuelve una necesidad.

En el marco de ese ascenso ideológico-político de los asalariados, se visibiliza e ingresa en debate otro hecho que sostiene la explotación laboral en el espacio mediático mercantil: la propiedad sobre los medios de información o de imposición de formas. En esos momentos excepcionales, los trabajadores en general y los asalariados de la prensa en particular, de manera paralela, denuncian la utilización clasista de los medios, que se cristaliza en la construcción de noticias y el establecimiento de interesadas agendas informativas, razón de ser del periodismo.

En periodos de crisis general de autoridad, en conexión con el nivel de lucha de otros sectores y sus ocupaciones de fábricas e instituciones, los asalariados de la prensa políticamente avanzados, igualmente, cuestionan la propiedad privada sobre los medios de difusión e incluso justifican su colectivización. El sistema mediático capitalista es cuestionado. Los movimientos más radicales desafían la propiedad legal de los medios y así abren otro nivel de conflagración social.

De ese modo, el contorno significativo capitalista se debilita y permite al surgimiento de nuevas correlaciones de fuerzas (de conflicto, coexistencia, cooperación o complicidad) en todos los escenarios. El orden establecido entra en crisis. Pero, los propietarios no se quedan de brazos cruzados. Resisten. Vuelven a la fase del periodismo ideológico, momento en que los órganos informativos se transforman en espacios beligerantes, fábricas de agitación y, básicamente, formaciones colectivas de combate discursivo a favor del mundo del capital. Los poderosos se organizan y radicalizan. Pero también generan resistencia.

La acción periodística comercial, entonces, queda al descubierto y se muestra atrocemente desnuda ante la sociedad.

### **La toma de *El Diario***

Bajo lo mencionado anteriormente, lo que ocurrió entre el 7 de octubre de 1970 y el 21 de agosto de 1971 con *El Diario*, conocido como Decano de la Prensa Nacional, es un ejemplo concreto de resistencia y acelerada maduración política de los obreros de la información en tiempos de conflagración social. Así, en ese entonces, el periódico privado pasó a control colectivo de los trabajadores de la prensa. A las 7:30 de la mañana del 7 de octubre, comandos de la Central Obrera Boliviana (COB) y estudiantes universitarios, seguidos de varios manifestantes que gritaban: “*El Diario* para el pueblo”, ingresaron de manera sorpresiva al edificio de ese matutino para tomar sus oficinas. A esa hora, los propietarios, directores y gerentes de la empresa habían abandonado precipitadamente la empresa dejando sin custodia todas sus instalaciones.

Frente a la acción obrera-universitaria, los trabajadores del matutino paceño salieron en defensa de sus derechos laborales precautelando el edificio y la maquinaria:

El personal que a esa hora se hallaba de turno, en principio y creyendo que se trataba de un ataque destinado a destruir su fuente de trabajo, impidió el

acceso a los revolucionarios (algunos portaban armas). La resuelta actitud de los periodistas fue comprendida por los miembros del Comando Unificado de la COB y de los universitarios, quienes después de un diálogo ayudaron a despejar a la multitud de curiosos que pugnaba por ingresar al hall del matutino (*El Diario*, 8/10/1970a).

Una vez que pasó el peligro de “asalto”, los representantes de la COB y los universitarios procedieron a “entregar” las instalaciones al personal de la redacción y los talleres para que pongan el periódico al “servicio del pueblo”. A partir de ese momento de crisis, bajo la conducción de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia y el Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz, el personal de *El Diario* comenzó a adoptar un espíritu de cuerpo y nuevas relaciones de conflicto, coexistencia, cooperación y complicidad internas y externas. Sin embargo, de acuerdo con los periodistas del Decano de la Prensa Nacional, esos acontecimientos también fueron aprovechados por personas particulares, que “atribuyéndose representación presidencial”, trataron de “apoderarse de las instalaciones” del periódico:

Esta actitud ha sido verificada por todo el personal de El Diario (...) Luis Antezana, Jorge Peñaranda y Juan José Capriles son algunos de los elementos que han tratado de objetar el derecho que a todos los trabajadores de este matutino les asiste, expresando su presunta “buena” intención de “asesorarnos” para consolidar la cooperativización de este periódico. Los trabajadores de El Diario han reiterado en el curso de ayer su decidida intención de precautelar sus derechos y no permitir que personas ajenas, y carentes del necesario ascendiente, tengan que ser las que consoliden esta conquista, que en último análisis debe favorecer al pueblo. Hecho como el anotado mellan el reencauzamiento del proceso revolucionario del 26 de septiembre de 1969, que con tan buen auspicio se inició ayer (*El Diario*, 8/10/1970b).

La toma del periódico, por tanto, no ocurrió de manera pacífica, al margen de las contradicciones socioeconómicas, ideológicas y políticas y los diversos intereses que estaban en pugna en ese período.

### **A modo de conclusión**

En este trabajo académico se comprendió, en términos abstractos, que los periódicos comerciales, entre 1970 y 1971, operaron como centros de explotación laboral de los periodistas. Como también acontece hoy, la suma de esfuerzos que los obreros de la información desplegaron para ayudar a construir la agenda informativa, de ese modo, nunca fue pagada a cabalidad. Los dueños se apropiaron de la energía no retribuida y la hicieron crecer en términos capitalistas. La extracción de plusvalía fue el núcleo de esa relación obrero-patronal, que generó turbulentas pugnas político-sindicales.

La construcción de agendas informativas parcializadas y beligerantes, en ese marco, se convirtió en la razón de existir de los medios privados de la época. En esa agenda o

tejido de noticias ordenadas de manera jerárquica e interesada se concretó la esencia de las luchas sociales informativas.

En esa línea de razonamiento, se puede afirmar que el periodismo, los órganos de prensa y las relaciones sociales y discursivas que mantienen sus actores para hacer noticias y construir agendas parcializadas estuvieron alineadas a una interacción hegemónica más global: un contorno significativo estructurado en sentido capitalista. En ese espacio mixtificado, las ideas insurgentes (científico-ideológicas) de los sectores oprimidos quedaron debilitadas, frente a las posiciones defensoras del sistema (ideológico-sensoriales) que lograron mayor eficacia persuasiva.

Pero eso generó otro fenómeno sociológico e ideológico más concreto. En la lucha por controlar el Estado, el entorno significativo (mercantil-fetichista o cosificador) constituido para justificar el capitalismo ingresó en contradicción. Los rotativos comerciales y sus actores semánticos, ante esa situación, defendieron ese contorno sistémico y retornaron al periodismo ideológico, que de manera explícita transmite posiciones parciales y parceladas.

En un momento de crisis nacional general, esos mismos medios coadyuvaban de modo militante en el fortalecimiento de prejuicios, estereotipos, predisposiciones y disposiciones vigorizantes o debilitadoras del orden social. Participaron en el potenciamiento de un clima de tensión, que disminuyó el margen de acción del régimen de ese entonces.

Así, los medios mercantiles, en esa coyuntura histórica crítica, desarrollaron, en general, una acción explotadora, ideologizadora y beligerante.

Sin embargo, esas relaciones sociales de dominación en el ámbito del periodismo, como todo en el mundo, crean resistencias, hacen aflorar contradicciones y abren las puertas a nuevas alternativas sociopolíticas y discursivas: el surgimiento y fortalecimiento de órganos de poder ideológicos antisistémicos. En términos concretos, es el caso de *El Diario*, periódico cooperativizado por sus trabajadores.

## Referencias

- APLP (Asociación de Periodistas de La Paz) (2006). *Del periodismo y sus memorias*. La Paz: Asociación de Periodistas de La Paz.
- Archondo, Rafael (1999). “¿Periodista?, no gracias. Crisis de vocación y falta de condiciones”. *Seminario Im-presiones y Realidades de 1/4 Poder*. La Paz: s.e.
- Canedo, Amparo (2014a). *La brújula del periodista*. La Paz: Plural.
- . (2014b). *Pasado, presente y futuro del periodismo*. La Paz: Plural.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cea D’ancona, María Angeles (1998). *Metodología cualitativa: Estrategias y técnica de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Céspedes, Augusto (1970). “Editorial: Arma de colonización”. *Prensa*, 2/03/1970, p. 5.
- Boynton, Rachel (Dirección) (2005). *Nuestra marca es crisis* [Documental]. Boynton Films Production; British Broadcasting Corporation (BBC); Films Transit International; Slough Pond; Urban Empire (Productora). <https://vimeo.com/211581181>
- Domich, Marcos (1989). *Prejuicios, estereotipos y estrategia de la tensión*. La Paz: SIDUMSA.
- Echeverría, Bolívar (1986). *El discurso crítico de Marx*. México, D.F.: Era S.A.
- El Diario* (8/10/1970a). “3 diarios en poder de sus trabajadores”, p. 1.
- El Diario* (8/10/1970b). “Alerta señor Presidente”, p. 2.

- El País (1996). *Libro de estilo del diario El País*. Madrid: El País.
- Gallardo, Jorge (1991). *De Torres a Banzer*. La Paz: G. H.
- Gomis, Lorenzo (2001). *Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Irusta, Gerardo (1988). *Periodismo y revolución nacional*. La Paz: Juventud.
- Kieffer, Fernando (1999). *De cara a la revolución del 21 de agosto de 1971*. La Paz: Offset Boliviana Ltda.
- Marx, Karl (1975). *El Capital (Tomo I). El proceso de producción del capital (Vol. 1)*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Mendoza, Samuel (1973). *Anarquía y caos*. La Paz: Universo.
- Olmos, Harold; Fernando Salazar y Juan Carlos Salazar (2021). *El periodismo en tiempos de dictadura: Las experiencias de prensa, apertura y ANF*. La Paz: Plural.
- Parrat, Sonia (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: CIESPAL.
- Peñaranda, Raúl (2008). *Retrato del periodista boliviano*. La Paz: Cebem.
- Pinto, Miguel (2005). *1970: Cuando los periodistas se enfrentaron al poder*. La Paz: CEDLA.
- . (2012a). “La ‘objetividad’ y ‘neutralidad’ en las ciencias sociales”. *Conciencia: Revista de ciencia y tecnología*, 17-23.
- Pinto, Miguel (2012b). “Entrevista colectiva a los periodistas Jorge Mansilla Torres, Andrés Soliz Rada y Juan Carlos Salazar”. *Conciencia: Revista de ciencia y tecnología*, 63-77.
- . (2018a). “El golpe de Banzer también fue mediático”. *La Razón*, 12/08/ 2018, p. 3.
- . (2018b). “Inédito: Seis presidentes en un solo día”. *La Razón*, 7/10/2018, p. 8.
- . (2020a). “Tesis socialista de la COB y la toma de diarios”. *La Razón*, 15/5/2020, p. 3.
- Pinto, Miguel (2020b). “Banzer, el verdugo de los periodistas”. *La Razón*, 21/8/2020, p. 3.
- . (2020c). “Torres, el fascismo y la prensa”. *La Razón*, 4/10/2020, p. 3.
- . (2020d). “El retorno de Víctor Paz y el golpe del 71”. *La Razón*, 1/11/2020, p. 3.
- . (2020e). “Un cronista de la rebelión”. *La Razón*, 13/12/2020, p. 3.
- . (2021a). “Orígenes de la Asamblea Popular”. *La Razón*, 27/06/ 2021, p. 3.
- . (2021b). “La posición revolucionaria de los periodistas en la construcción de la Asamblea Popular en Bolivia (1971)”. *Saberes y Diálogos: Revista Boliviana de Estudios en Comunicación* (1), 9-21.
- Sandoval, Isaac (1979). *Culminación y ruptura del modelo nacional-revolucionario*. La Paz: Urquizo.
- Sandoval, Víctor Hugo (2012). *Objetividad o compromiso: La vida privada del periodismo boliviano*. La Paz: Asociación de Periodistas de La Paz.
- Soria, Carlos (2022). *Recordatorio: Estampas de la segunda mitad del siglo XX*. La Paz: Kípus.
- STPLP (Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz) (1996). *Estatuto Orgánico*. La Paz: s/e.
- Strengers, Jeroen (1991). *La asamblea popular*. La Paz: Colección Tiempo de Historia.
- Torres, Juan José (1973). *El general Torres habla a Bolivia*. Buenos Aires: Crisis.
- Viscarra, Gonzalo (1977). *Prensa y país*. La Paz: Crítica S.R.L.
- Zavaleta, René (1987). *El poder dual*. La Paz: Los Amigos del Libro.
- . (1988). *Clases sociales conocimiento*. La Paz: Los Amigos del Libro.
- Zelaya, Ricardo (2021). *Guillermo Lora, el último bolchevique*. La Paz: s.e.

**Medios y política**



# El meme como nueva forma de construcción de opinión política en Bolivia

María Teresa Zegada Claire\* y Marcelo Guardia Crespo\*\*  
Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social\*  
Universidad Católica Boliviana San Pablo\*\*  
zegada777@gmail.com\*, eguardia@ucb.edu.bo\*\*

## Resumen

El escenario político en Bolivia ahora también está constituido por las redes sociales. En ellas circula información y desinformación en ambientes frecuentemente conflictivos y los memes están entre los formatos más incisivos que no solo transmiten ideas con las que la gente se conecta, sino también ayudan a construir opinión política. Este trabajo analiza los memes en la política en el período previo a los conflictos de 2019. Realiza análisis sincrónicos de los juegos de poder y utiliza técnicas netnográficas, grupos de discusión en *Facebook* y entrevistas, para conocer la perspectiva de los ciudadanos. Se ha constatado que los memes son unidades dinamizadores de significado debido a su capacidad de expresar en pocas palabras e imágenes problemas, críticas y sátira, respecto a temas y actores políticos, sintonizando, creando y reforzando tendencias de opinión cuya incidencia política es evidente. Los memes son una nueva forma de producir verdad intersubjetiva en contextos políticos.

*Palabras clave:* meme; política; conflicto; redes; opinión pública.

## The meme as a new form of construction of political opinion in Bolivia

*Abstract.* The political scenario in Bolivia is now also constituted by social media. In them, information and misinformation circulates in frequently conflictive environments and memes are among the most incisive formats that not only transmit ideas that people connect with, but also help build political opinion. This paper analyzes memes in politics in the run-up to the 2019 conflicts. It conducts synchronic analyses of power games and uses netnographic techniques, Facebook focus groups and interviews, to gain insight into citizens' perspectives. It has been found that memes are dynamizing units of meaning due to their ability to express in a few words and images problems, criticism and satire, regarding political issues and actors, tuning, creating and reinforcing opinion trends whose political incidence is evident. Memes are a new way of producing intersubjective truth in political contexts.

*Keywords:* meme; politics; conflict; networks; public opinion.

## O meme como uma nova forma de formação de opinião política na Bolívia

*Resumo.* O cenário político da Bolívia agora também é constituído pelas redes sociais. A informação e a desinformação circulam em ambientes frequentemente conflituosos, e os memes estão entre os formatos mais incisivos que não apenas transmitem ideias com as quais as pessoas se conectam, mas também ajudam a construir uma opinião política. Este artigo analisa os memes na política no período que antecedeu os conflitos de 2019. Ele realiza análises sincrônicas de jogos de poder e usa técnicas etnográficas, grupos focais do Facebook e entrevistas para obter informações sobre as perspectivas dos cidadãos. Descobriu-se que os memes são unidades dinamizadoras de significado devido à sua capacidade de expressar problemas, críticas e sátiras em poucas palavras e imagens, com relação a questões e atores políticos, sintonizando, criando e reforçando tendências de opinião cujo impacto político é evidente. Os memes são uma nova forma de produzir verdade intersubjetiva em contextos políticos.

*Palavras-chave:* meme; política; conflito; redes; opinião pública.

### Introducción

Uno de los escenarios históricos de la crítica política ha sido el mundo lúdico invadido por el lenguaje popular. Esta ha sido la manera en que las personas manifiestan su visión sobre el mundo público y cuestionan al sistema político y a la autoridad. Cuanto más crítico y decadente (decepcionante) es el contexto de la política, tanto mayor es la creatividad con que se articulan la denuncia y la risa.

La representación humorística de la realidad se recrea con figuras e imágenes fantásticas que, de cualquier manera y en todos los casos, tienen un fondo de verdad. Sin ese sentido de “verdad” formal o ilustrada, no existiría la risa. Así, hoy en día los memes se viralizan porque tienen un fondo de verdad; esa es la razón de su éxito. En otras palabras, los memes cobran sentido y tienen un efecto viralizante en la medida en que se conectan con la realidad, tanto con los acontecimientos, por muy grotescos y dramáticos que sean, como con sus protagonistas.

Los conflictos políticos que se suscitaron en Bolivia después del referéndum de 2016 y en torno a las elecciones 2019, con la revuelta social que culminó con la renuncia del expresidente Morales y la instauración de un gobierno transitorio, han sido un escenario propicio para la visibilización de problemas estructurales y de personajes públicos. Los memes convirtieron a los políticos en objeto de sátira, ridiculización o *bullying*. En ocasiones los memes encierran sabiduría y claridad, mensajes concretos, aunque a veces son una simple y creativa exacerbación de tensiones y deseos sociales que contienen una alta dosis terapéutica.

Los mensajes cargan, casi siempre, una denuncia como forma de decir “esto está mal” o “no estoy de acuerdo con esto”. En un segundo nivel está la representación grotesca del hecho que, al ser absurda, genera risa. En un tercer nivel, no representado, se encuentra el horizonte imaginado por los ciudadanos, donde está el deseo y la esperanza de otro tiempo y espacio fuera de la realidad cuestionada. Un mundo libre de la impostura y del absurdo de la política. Esta última dimensión, muy cargada de subjetividad, es valiosa

para conocer hacia dónde se dirigen los ideales proyectados por la sociedad. Allí radica el lado serio de los memes, porque expresan un pensamiento y un proyecto políticamente posicionado, basado en determinada percepción.

Los memes son unidades de información cuyo impacto no depende de la voluntad de sus productores o transmisores, sino de la sintonía que se genera entre las personas que los reciben y los comparten. Es la inteligencia colectiva (Rheinghold, 2002). Por tanto, en su recorrido pueden adquirir formas desbordantes, descontroladas, a veces inesperadas. No corresponde analizarlos con parámetros de veracidad o falsedad, pues su sentido de verdad es intersubjetivo.

Finalmente, se despliegan en una dimensión que escapa al control del sistema político porque pese a todos sus intentos por incidir y manipular las dinámicas de las redes sociales, estas son un espacio para el ejercicio de la libertad de expresión, en tiempos de profusión, caos e *infoxicación*.

## **Metodología**

La actividad política en las redes sociales, es decir, la producción y circulación de memes y su relación con los acontecimientos y personajes del ámbito político y público, ha sido investigada desde dos perspectivas de análisis: diacrónica y sincrónica. En el primer caso, hemos tomado como referencia un proceso crítico de la historia política reciente, que da cuenta del reacomodo de fuerzas políticas y de la reconfiguración de los escenarios de disputa por el poder. Se trata de la coyuntura que rodea al referéndum de 2016, que constituye un punto de inflexión porque es cuando se inicia el declive de poder del expresidente Morales y la emergencia de movilizaciones ciudadanas, seguido por las cuestionadas elecciones generales de 2019, que culminan con un estallido de protesta social, la renuncia del entonces presidente y la instalación del gobierno transitorio.

El análisis de este proceso conduce a la segunda perspectiva metodológica basada en un análisis sincrónico de los juegos de poder y los actores en conflicto, mediante identificación de los principales elementos de disputa, nuevos repertorios de movilización en estrecha interacción con el mundo de las redes sociales. Para tal efecto, hemos acudido a una revisión netnográfica detallada de las publicaciones en las redes sociales, en particular en *Facebook*, y la sistematización y análisis de los memes que tuvieron una mayor repercusión mediática. Asimismo, hemos aplicado el análisis de contenido de las publicaciones que a nuestro criterio fueron las más significativas; y finalmente hemos creado deliberadamente grupos de discusión para conocer las significaciones producidas por los mensajes en un clima de conflicto, así como las percepciones de los ciudadanos respecto a los factores que vulneran la democracia, las nociones de verdad, la información y la comunicación.

## **Interacciones políticas virtuales**

Las redes sociales, a diferencia de los medios de comunicación convencionales e institucionalizados, implican interacción, conexión sin intermediaciones. Permiten que el receptor sea a la vez emisor, productor de mensajes y consumidor, “prosumidor” (Hernández, 2017). La tecnología digital ha relativizado las categorías de tiempo y espacio,

ha facilitado conexiones permanentes y ha creado nuevas sensibilidades, formas de ver el mundo, incidir en la realidad y un estado de conexión permanente. Las redes se caracterizan por la hiperconexión; es decir, por múltiples conexiones a través de distintas plataformas de manera simultánea. En definitiva, se ha generado una disrupción respecto a las habituales formas de comunicación interpersonal.

Se puede afirmar que, como ocurrió con la invención de la imprenta y otras maquinarias, las redes han revolucionado las relaciones sociales, la cultura y los escenarios de la política en los siguientes términos.

#### *a. La relación con el contexto*

El contenido de las redes sociales proviene de acontecimientos individuales o colectivos, es decir, refleja la ocurrencia en el campo privado o público, registrado a través de una foto, un comentario o un meme. Su impacto depende de como sean recibidos o utilizados por los internautas; en cualquier caso, es inadecuado separar la forma de expresión del contenido de los mensajes, puesto que uno vehiculiza al otro. En general, los temas u opiniones que se instalan en las redes sociales se sostienen en el tiempo debido a las reacciones, los *likes* o emoticones, las veces que se comparten y los comentarios que generan, constituyendo una esfera pública reinventada. Nuestra hipótesis es que la esfera pública creada en internet se nutre y reproduce con insumos de la realidad social y política mediante el contenido de los mensajes —argumentativos o emocionales— por la interacción, donde se produce la significación, como un espacio no excluyente de la presencia de los sujetos que se congregan físicamente y generan repertorios de movilización.

Así, las manifestaciones textuales y gráficas de las publicaciones adquieren sentido y fuerza en la medida en que son articuladas a determinado discurso o interés sociopolítico, relacionado con el contexto y el clima social. Los jóvenes son actores importantes en estos procesos: “Las y los jóvenes, perciben las redes sociales y algunas plataformas virtuales, como escenarios propicios para la construcción de conocimiento” (Ossa y Restrepo, 2020: 118).

La traslación de los escenarios políticos, de los medios masivos hacia las redes, ocurrió en Bolivia con mayor intensidad a partir de los acontecimientos que rodearon el referéndum del mes de febrero de 2016. Luego, de manera más o menos informal y espontánea, comenzaron una serie de usos violentos, tanto por parte del oficialismo como del no-oficialismo, que incluye a sectores de la oposición política pero también a colectivos ciudadanos sin filiación. No es casual que, como reacción a este despliegue de publicaciones críticas al gobierno, se haya creado la Dirección Nacional de Redes, con el objetivo inicial de defensa política, en vista de que, según el oficialismo, “la derecha está atacando al proceso de cambio con mentiras”; pero también de ataque, por cuanto es notable el aumento de *posts* con un tono claramente aguerrido contra los opositores. En ese momento hemos asistido al arribo y expansión de la tecnopolítica (Toret, 2013).

Las redes sociales pasaron a ser una estrategia de lucha política cuando el presidente declaró la “Guerra Digital” contra “la mentira de la oposición”: “el vicepresidente Álvaro García Linera afirmó que tanto el presidente como él, se sentían cómodos en el conflicto,



Este meme pone en evidencia una contradicción en el discurso presidencial; recurre a la memoria de los ciudadanos por una afirmación anterior. Pero además pone en el centro justamente el concepto de verdad puesto en discusión por el oficialismo y sobre el cual se basa su acción política y justifica la declaración de la “guerra digital”, cuyo objetivo principal es combatir la “mentira” ajena con la “verdad” oficial. En el meme, las dos afirmaciones son verdaderas porque fueron enunciadas por el presidente, aunque en tiempos y lugares distintos. Por tanto, son afirmaciones verdaderas y al mismo tiempo contradictorias por un simple ejercicio silogístico, mediante el cual se genera otra tercera verdad: el presidente es incoherente.

Lo interesante de este ejemplo es que, en pocas palabras, con pocos signos verbales e icónicos, se activa la producción de una verdad que, en términos lógicos y por la inteligencia colectiva, no pueden ser tachados de ser simples mentiras, tal como el oficialismo calificaba. Por eso, afirmar que en las redes conviven verdades y mentiras es parte de un simplismo que quiere tapar el sol con un dedo, y no reconoce que lo importante en estos procesos no es tanto el mensaje explícito (lo dicho), sino la vida (significaciones posteriores) que asume el mensaje con base en la interacción de subjetividades o intersubjetividad (Habermas, 1989).

La vida activa de un meme no cuadra con las nociones de veracidad de la modernidad racional. No se acepta que un meme pueda contener o generar nuevas verdades justamente porque su formato y lógica de funcionamiento contradicen el concepto monista de verdad gestado bajo los ideales del pensamiento positivista del siglo XIX hasta las últimas décadas del siglo pasado.

Se trata de una otra forma de producción de sentido o “verdad” completamente distinta de la tradicional de la modernidad. Incorpora los principales rasgos de la comunicación en red de los tiempos digitales y se constituye en una amenaza para el poder porque este no puede controlarlo y porque las verdades se producen en un clima de libertad (D’ Ancona, 2017).

Se trata de la naturalización del estado bélico en el campo simbólico. Una forma de asumir que, en la disputa por el poder, prima la lógica del amigo-enemigo enunciada por el teórico Carl Schmitt (2009) donde lo importante no es tanto la eliminación del contrincante, sino su contención. Por otra parte, en la esfera pública democrática, esta relación de negación del otro se relativiza pues las relaciones se complejizan en la diversidad social y en la pluralidad de los conflictos.

El problema es que la visión ilustrada del meme no toma en cuenta lo que en nuestra investigación llamamos “la vida del meme”. Un proceso por el cual un *post* se va transformando a medida que circula por las redes, más aún cuando se viraliza. Se trata de una dinámica en la que el sentido se va construyendo en función del estar “de acuerdo” o en “desacuerdo” y, por tanto, toma otros rumbos por parte de quienes reciben el *post*, por decisión y conciencia personal y optan por rebotarlo, comentarlo o reaccionar legitimando el funcionamiento de las conexiones en red:

La democracia vigilante es la clave de la nueva política. Al respecto, la ciudadanía se está dando cuenta de que puede ampliar los espacios democráticos, aunque sean virtuales, y en este sentido el meme es una de las mejores herramientas para reclutar a la ciudadanía o polarizar a los votantes sobre un tema en particular (Tejedor, Tusa y Servi, 2022: 151).

A esto se suma el hecho de que el contenido se va tiñendo del humor popular que transforma el mensaje, por la suma de añadidos que se producen en el camino. “(Existen) tres características para que un meme sea exitoso: 1) el humor, 2) una intertextualidad basada en múltiples referencias a la cultura popular y 3) yuxtaposiciones sobre todo de imágenes deliberadamente provocativas, estafalarias o poco convencionales” (Arango, 2015: 114-115).

### *La condición tecnológica*

Los elementos que configuran los procesos comunicacionales en las redes son: velocidad, fugacidad, compresión, clima lúdico, libertad, cooperación e inteligencia colectiva, entre otros. Hacen de la comunicación un fenómeno que, si bien ha estado ausente de los sistemas masivos tradicionales, nunca se extinguió de las matrices culturales populares y tiene ahora un nuevo espacio para su recreación y florecimiento, pese a que el sistema digital también forma parte de una estrategia mercantil que no descansa buscando vetas para la generación de lucro. Existen intereses económicos y políticos por detrás de las interacciones digitales. Pero también abren la posibilidad a astucias y lucros no programados en los usos creativos que hacen los ciudadanos de estas nuevas formas de interacción y generación de conciencia.

La comunicación en red se produce en tiempo real, es permanente. Trivinho (2007) utiliza el término “dromocracia cibercultural” para describir la velocidad con que ocurren las interacciones en las redes, haciendo que los mensajes sean efímeros y veloces. Esta obsesión puede ser vista como síntoma de la disminución de la calidad de la información, porque esta no pasa por procesos técnicos de comprobación de fuentes, investigación y evidencia; por tanto, existe una preocupación por la ausencia de un profesional codificador. Sin embargo, esta característica, sumada al tamaño (pocos dígitos) y poco espacio (fotografía o ilustración) es la clave para entender los nuevos procesos de producción de conocimiento en la era digital. Un meme producido con dos ideas y una imagen puede expresar mucho más contenido semiótico que una página argumentativa en lenguaje verbal.

Basado en su vertiente materialista histórica, Walter Benjamin (1987) advierte sobre la necesidad de analizar la relación entre los procesos sociales y la tecnología, relación que surge a partir de la modernidad. El autor afirma que existe una mediación entre nosotros y el mundo recreado a través de la tecnología, un diálogo permanente que en determinados momentos históricos se produjo entre el ser humano y las máquinas en el proceso productivo, y más adelante, con otros tipos de tecnología más avanzados. En el presente, ese lugar lo ocupan las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación).

En la denominada cultura de la virtualidad real, el tiempo se vive como simultaneidad, como lo eterno y lo efímero a la vez. Así, pese a su antigüedad, el concepto de *sensorium* de Benjamin permite pensar la intersubjetividad como característica de la era cibernética, la mutación de las prácticas sociales, comportamientos y formas de ver la realidad, provocando nuevas experiencias sensoriales en el cuerpo y en el conocimiento, en el marco de una inasible fragmentación y centrifugación social.

*El humor popular*

Los sectores populares, comparados con élites ilustradas, no cuentan con repertorio suficiente y versátil para realizar análisis racionales respecto de la realidad política. Gramsci afirma que son manifestaciones desordenadas, viscerales, emocionales pero capaces de producir y transportar conciencia social crítica. Para Bajtin (2003), el carnaval es el momento de ruptura con la vida cotidiana que inaugura un clima de libertad en el que las expresiones reflejan la visión del mundo por parte de la gente común. Es un tiempo divorciado de la vida cotidiana que está regida por las reglas de la civilización y el trabajo. Las reglas en la fiesta se contraponen con las del tiempo productivo, la fiesta tiene sus propias leyes: “En el curso de la fiesta solo puede vivirse de acuerdo a sus leyes, es decir de acuerdo a las leyes *de la libertad*” (Bajtin, 2003: 13).

Las redes no son una fiesta. Sin embargo, existen elementos que propician un tipo de comunicación libre: la libertad de acción expresiva y el clima de distensión que se opone al de lo cotidiano. Por ejemplo, estar en *Facebook* es mucho más relajado que estar en el puesto de trabajo, aunque se puede estar en ambos lugares. En las redes hay libertad porque se puede hacer y decir lo que se quiere y acceder a información de preferencia o interés. Desde noticias de parientes y amigos, de quienes se suela hacer bromas, hasta temas relacionados con *hobbies* y distracción.

En ese marco, los memes son dispositivos dinámicos pues pueden ser modificados y replicados. Por eso el meme:

no solo debe ser fácil de modificar en un sentido técnico; también, y esto es más importante, desde el punto de vista semiótico: un meme tiene que tener una forma, una estructura comunicativa que haga que su reutilización por los distintos receptores, que se convierten por tanto en emisores a su vez, les resulte comunicativamente útil (Ruiz Martínez, 2018: 1000).

La risa se desata si en el contenido del mensaje se conectan las ideas representadas con la realidad. Todo chiste tiene un fondo de verdad; si no, no es chiste. El humor es un código de libertad que puede permitirse cuestionar desde una posición en el mundo. También es un ejercicio de “dominación invertida”, en que el poder pasa momentáneamente al sector subalterno que se ha rebelado de la relación dominante a través de la risa, que cuestiona y permite renacer, por tanto, renovarse como sujeto libre de la realidad cuestionada.

La manifestación de libertad ejercida por los usuarios de redes es la desinhibición del lenguaje. La grosería es recuperada de su ámbito de prohibición y censura y es utilizada para representar la realidad con humor. Son “formas fundamentales de expresión de la cosmovisión y la cultura populares” (Bajtin, 2003: 12). Son lenguajes de transgresión al orden establecido, ordenado y educado para la civilidad, en una dirección provocadora: “Estas groserías cambiaban considerablemente de sentido, para convertirse en un fin en sí mismo y adquirir así universalidad y profundidad” (Bajtin, 2003:22).

Figura 2. El lenguaje grosero como denuncia



Fuente: Facebook, 2019.

El meme tiene crítica, grosería, simplicidad, es directo, usa pocas palabras, recurre a la imagen y sobre todo genera risa: “esta risa es *ambivalente*: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlona y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez” (Bajtin, 2003: 17).

Coincidimos con un estudio que concluye que “los memes analizados se relacionan con mitos que explican fenómenos naturales y el fin del mundo, de igual manera estos memes cuentan con una valoración moral, para así finalmente concluir que éstos son una herramienta en ocasiones jocosa y coloquial, pero de igual manera permite abordar temáticas de mayor complejidad” (Pinto, 2022: 92).

*La bronca como movilizadora de emociones*

Los mensajes viralizados, los más difundidos, no son precisamente aquellos que con lucidez revelan el análisis de algún aspecto de la realidad, o se enfocan en sesudas proyecciones históricas, sino los que, a través del humor o la imaginación, interpelan al pensamiento emotivo de las personas. Así, como concluye Ruíz Martínez, los memes tienen relación con la realidad, porque “los memes además están fuertemente vinculados con la cultura popular o, más precisamente, de masas” (Ruíz Martínez, 2018: 1000).

Reguillo (2017) identifica dos emociones fundamentales recogiendo las reflexiones filosóficas sobre el tema: el miedo y la esperanza, que tienen en común la incertidumbre o ambigüedad porque producen sentimientos encontrados como la tristeza, el enojo, la ira, la frustración, la alegría, la paz, la armonía; y dependiendo de aquello que generan esos sentimientos, se construyen estados de ánimo, cadenas de emoción.

Puede decirse que estamos frente a dos corporeidades que se funden y se articulan mediante la activación emocional: a la emoción de los cuerpos en la calle se entretejen los afectos movilizados en las redes a través de fotografías, memes, *streaming* o, que van construyendo esa presencia por miedo de lo que el grupo de *Datanalysis* llama “contagio tecnológicamente estructurado” (Reguillo, 2017: 156).

Aunque no es posible comparar los sistemas mediáticos (medios) con las redes digitales (conexiones personales), las interacciones humanas y sus consecuencias cognitivas se transforman radicalmente “realizándose por contacto manual e subjetivo mais direto e contínuo do que na relação com os media de massa” (Trivinho, 2007: 70). Es una condición que genera nuevas formas de construcción de opinión pública con datos verídicos, información sobredimensionada, tratamiento emocional y humor trasgresor, sarcástico, pero portador de conciencia crítica. No es el ideal iluminista de opinión basado en datos comprobables y verificables que habían impuesto los filósofos positivistas para legitimar que solo la razón los haría libres.

La activación de la inteligencia de multitudes se basa en una lógica similar a la sinapsis, entendida como conexión que activa impulsos masivos en el organismo. La analogía con este sistema biológico de conexión tiene un nivel de comunicación en el que se transmite el dato y un segundo nivel en el que se activa la función o el comportamiento. En las redes, las interacciones permiten la circulación de datos y la función es la construcción veloz de discursos o “verdades”: “existe un nuevo espacio de opinión pública, que es esta opinión pública 2.0, en la que el tema político se está desarrollando con dinámicas diferentes a las que existían al construir la opinión pública en la era del *mass communication* del siglo pasado” (Alvarado, 2018: 125).

El otro rasgo de la analogía es el carácter colaborativo con el que funcionan estas redes neuronales/personales en un nuevo contexto tecno-político-comunicacional, permitido por las redes sociales, cuya característica básica, pese a la presencia de intereses del mercado global y los vanos intentos de control por los sectores hegemónicos locales y mundiales, es la libertad: “(...) los creadores de contenido pueden emplear el humor, el uso dialectal del lenguaje y la crítica política y social como herramientas para generar comunidad en el ámbito digital” (Torres, Castro y Díaz, 2022: 125).

*La difusa noción de verdad*

Las transformaciones en el escenario de la política, como se pudo advertir, no se producen solo en las formas de comunicación y conocimiento, sino también en los mensajes, los contenidos y los procesos de producción de sentido. Todo ello conduce también a la constitución de un nuevo sujeto, caracterizado por la fragmentación y, a la vez, por su presencia colectiva inteligente que bulle en las entrecruzadas marañas de las redes, y cuya acción es efectiva tanto en la construcción de mensajes políticos, como en su impacto en la realidad. Una dinámica que resulta incomprensible para las tradicionales élites políticas como los partidos o el propio gobierno, que continúan aferrados a formas antiguas de acción y gestión de la política.

Las mutaciones producidas en la comunicación política, como vimos en el estudio, son significativas, y no se trata solo de mutaciones morfológicas en la comunicación e interacción política generados por los cambios en el tiempo y el espacio, sino también repercuten en los contenidos de los discursos, en la ideología, los símbolos, así como en la constitución de nuevos sujetos; en definitiva han transformado las maneras de hacer política.

También se supera el supuesto de que la realidad tiene una significación esencial y única, una sola posibilidad de interpretación que excluye y niega otras posibles significaciones, en coherencia con el pensamiento monista de la antigüedad que ha prevalecido y marcado la filosofía occidental hasta instalarse en el paradigma moderno a través del positivismo. El pensamiento monista supone que todo tiene una explicación única y esencial, cuyo hallazgo es un desafío para el conocimiento humano. Es una mirada simplista de la realidad que descalifica la existencia de otras diferentes, por considerarlas erróneas.

De ese mismo pensamiento emerge el “metodologismo” que subordina la verdad a su procedimiento de producción, es decir al método. Así, el pensamiento positivista establece la verificación objetiva, cuantificable y representativa como parámetros condicionantes del conocimiento “verdadero”. Por tanto, la información que circula en las redes sociales, para este modelo de pensamiento, es irrelevante y desconfiable.

La cultura occidental ha fortalecido el pensamiento lineal como una práctica cognitiva natural, que consiste en una secuencia de ideas relacionadas por argumentos lógicos y ordenados selectiva y analíticamente. Su ejercicio genera certeza basada en la corrección de los procedimientos de articulación. Contrariamente, el pensamiento lateral se desarrolla de manera no ordenada, es más creativo e intuitivo. Se basa en una búsqueda permanente de caminos y posibilidades de direccionamiento no planificados con lógica ni con la preocupación por la corrección. Es más libre y suele abrir perspectivas nuevas ante situaciones conocidas:

El pensamiento lateral está íntimamente relacionado con los procesos mentales de la perspicacia, la creatividad y el ingenio (...) Se trata de una forma definida de aplicar la mente a un tema o problema dado, como ocurre con el propio pensamiento lógico, pero de un modo completamente distinto (De Bono, 1997: 11).

En las redes sociales todos son poseedores de conocimiento, todos son emisores y receptores al mismo tiempo. Son sujetos de los procesos interactivos y sus ideas son conocidas por los demás. En las redes sociales se vive un clima casi lúdico donde es posible expresar libremente todo tipo de mensajes, así como informarse de manera informal de hechos de la realidad, que el sistema mediático, preso al modelo tradicional, no puede reproducir. Gran cantidad de desechos de los medios masivos tienen éxito en las redes porque no están tratados con los procedimientos técnicos antes mencionados, y especialmente, porque responden a necesidades subjetivas de interacción, propias de contextos populares de cultura, donde las lógicas de producción de verdad escapan a la técnica e inclusive a la ética del respeto a los derechos personales (dignidad, honor, imagen propia, privacidad e intimidad). Por tanto, los parámetros constitutivos de la información se configuran en ese clima racional y emotivo que deja de lado los ideales de información: “Facebook muta de ser una plataforma para compartir información a convertirse en un espacio que permite el debate, poner en común, transmitir imaginarios y referentes” (Ossa y Restrepo, 2020: 13).

### **El meme en el campo de disputa**

El *post* es un elemento comunicacional poderoso que, a diferencia de los mensajes tradicionales de los medios masivos, cobra vida y se desenvuelve en una dinámica que responde al contexto sociopolítico o “clima social” que se vive en la comunidad. Su significación se modifica de acuerdo con las intenciones e información que se le va añadiendo, especialmente en las cadenas de interacción generadas y por la posibilidad del rebote. Esta dinámica ocurre de manera veloz en la lógica colaborativa sináptica y con el *sensorium* (Benjamin, 1987) activado de las personas. De esa manera, el sujeto idealizado por la modernidad de izquierda o de derecha, relaciona la información y va construyendo “dispositivos” de intervención, entendidos como modos de expresión, en el nuevo escenario político:

tienen la característica particular de ser una herramienta de libre expresión, personal, y espontánea, que será replicada en tanto en cuanto cobre por sí solo importancia para el usuario de internet, ya sea por aspectos que tienen que ver con el humor, empatías culturales o quizás con el desarrollo de una conciencia social acerca de temas políticos que afectan a un colectivo o sociedad determinada (Alvarado, 2018: 123).

En las redes sociales se está constituyendo un campo de disputa simbólico y discursivo cada vez más codiciado y temido por los intereses económicos, sociales y políticos. En las redes sociales se ha trastocado lo político. No se trata de un simple epifenómeno, porque forma parte de un espacio público expandido y radicalmente distinto al tradicional. Ahora el acontecimiento aumentado y sobredimensionado revela la producción de un nuevo tipo de sujeto político, que lo denominaremos “sujeto fragmentado”, no adscrito al corporativismo que limita la libertad rodeada de presiones e incidencias propias de un gran mercado en el que la gente interactúa a través de gritos de oferta y demanda

conflictivas, lo que no impide que las personas formen sus opiniones y posiciones frente a la realidad política nacional:

Los memes no son de nadie, pero sí del mundo, en la medida que un meme se viralice pierde más su sentido territorial, debido a que se diversifica, se adapta y comparte de acuerdo a determinado contexto, ciudad o país, permitiendo así reforzar determinados pensamientos, ideas, emociones e imaginarios (Ossa y Restrepo, 2020: 53).

### El clima de malestar que cuestiona al sistema político

Toda narrativa tiene un fondo de humanismo que denuncia la contradicción social para ponerla en evidencia y movilizar su superación a través de la toma de conciencia. Más allá del formato, género, drama, comedia, estructura narrativa, estereotipos básicos o complejos; hay una moraleja explícita o latente en las historias que se representan.

El espacio analizado transita entre la radicalidad de lo virtual y permite rebasar hacia la acción política en las calles, cuando así se desarrollan los hechos. Es un escenario donde los poderes se enfrentan en los términos lógicos y emotivos, propios de sujetos que han construido sus visiones de mundo en luchas simbólicas o físicas que conectan las dimensiones opuestas del desencanto y la esperanza.

Fig. 3. Percepción de la impostura del presidente



Fuente: Facebook, 2017.

La sátira permite poner en cuestionamiento el juego de las medias verdades, como se puede observar en el meme anterior. De ahí que, en ese contexto de fracaso del entendimiento en la comunicación, el límite entre el debate de ideas/emociones y la guerra, es demasiado frágil. Por esa razón, el oficialismo declaró la "Guerra Digital" a los

opositores bolivianos. Por la necesidad de contrarrestar, más que controlar, la velocidad con que se utilizan las redes para “interpretar”, “deducir” y “construir” verdades indeseadas por el poder constituido.

## Conclusiones

No es posible pensar hoy el desarrollo de la política prescindiendo de su dinámica en las redes sociales. Si bien es difícil medir de manera precisa su impacto en la realidad, o cómo las interacciones en las redes afectan a los resultados concretos en la disputa política, hay diversas formas de constatar su relevancia y la manera en que las redes, y en particular el *Facebook*, se han ido convirtiendo en un espacio privilegiado para construcción de contenidos, agendas, la generación de opinión, la viralización de noticias o mensajes, la autoconvocatoria y la movilización social. Al mismo tiempo, es un lugar de denuncia, de visibilización de miedos, aspiraciones y de celebraciones. Tiene la cualidad o gran defecto —dependiendo del caso y del punto de vista— de ingresar en el campo ambiguo de la postverdad a través de las *fake news* o de la exaltación de ciertos sucesos fuertemente influenciados por los afectos, las emociones, los miedos y por el mundo de la apariencia.

Un elemento recurrente en la construcción de memes es el humor, la sátira concebida como un recurso de protesta y denuncia contra el poder político, religioso, autoritario, que se conecta rápidamente con la sensibilidad de los usuarios, generando el impulso digital de reaccionar con criticidad.

Este análisis permite no solo percibir cómo se modela la significación de los mensajes, sino también las nuevas habilidades cognitivas con las que se relativiza la verdad estática, la objetividad de los hechos. Cobran relevancia aquí las *fake news* instaladas como no-verdades, las cuentas falsas como verdaderas, las postverdades que generan efectos inesperados, grandes incertidumbres, invasión a la privacidad, difusión inescrupulosa de mentiras. Pero, también pudimos constatar que, este mundo de las noticias falsas, se relativiza por la propia acción de los sujetos-individuos en red, mediante ingeniosas formas de autorregulación y una importante capacidad de discernimiento y maduración del ejercicio de ciudadanía y derechos.

Lo más relevante es que, en esa cadena de interacciones caóticas, se va generando un efecto no esperado ni previsto, que es la emergencia de una “multitud inteligente” siguiendo el concepto de Rheingold (2002), que conecta sensibilidades y constituye un clima social instalado mediante la acción de personas individuales capaces de intervenir conjuntamente, aunque no se conozcan y nunca se hayan visto.

Se trata entonces, en el lenguaje de Reguillo (2002), de una des-subjetivación (del sujeto histórico convencional), para involucrar a nuevas subjetividades individuales fragmentadas, con potencial colectivo, hiperconectadas, que trascienden el tiempo y el espacio.

Así, la agenda ideológica está marcada por múltiples lugares de emisión y producción de mensajes heterotópicos, pero también por su interconexión con posibilidades de construcción colectiva, movimientos furtivos que de pronto se visibilizan y generan alteración de los contextos, especialmente políticos: “é o quanto os memes, conteúdos virais, voláteis e de origem na rede, acabam também por contribuir nesse processo da formação de percepções e opiniões” (Terra y Santos, 2019: 10).

En las redes sociales se gestionan aspectos no racionales de la vida del individuo, como los afectos, las emociones o las pasiones (el *capitalismo de la emoción*), y se provocan nuevos tipos de actos comunicativos, motivados por los miedos, los deseos, el malestar, el desencanto, el cuerpo del dolor, diría Reguillo. En contrapartida, en el decurso de la política como construcción institucional, no parece haber cabida para estas subjetividades; sin embargo, están tocando desde distintos lugares, las puertas del poder. La democracia convencional que opera a través de la representación de las candidaturas, los programas de gobierno y las organizaciones políticas reconocidas, se acerca a este otro mundo en que se mueve la política y el poder, sea mediante el uso de datos con fines electorales, como sucedió en otros países, o mediante el uso de las pantallas digitales para realizar campañas políticas.

No pretendemos ignorar los aspectos negativos sobre los que ha advertido la crítica a las redes sociales, ni los efectos del filtro o burbuja que son una realidad indiscutible. Pero tampoco hay que ignorar que en ese marco de aparente caos y fragmentación, se constituyen nuevos referentes políticos y discursivos, y nuevos sujetos con capacidad de poder.

El meme no propone discursos macrosociales y utópicos típicos de la modernidad. Es una representación de la realidad que, además de mostrarla recreada en lenguaje popular, apunta hacia un tiempo deseado colectivamente. Su carácter veloz, efímero, grotesco y nada solemne, lo hace cuestionable por los sectores letrados y por los políticos que son afectados, ante los cuales poca o ninguna capacidad tienen de réplica. Son las nuevas formas de generación de conciencia y opinión pública del siglo XXI.

Es preciso tener en cuenta que lo que vemos en las redes, publicaciones, y en los memes, no representa la totalidad pero expresa un pensar y sentir de grandes e importantes sectores sociales. Sin embargo, es también necesario reconocer que se trata de espacios en los que se gestan fuertes tendencias de opinión basadas en datos, cuya credibilidad pasa por las capacidades críticas de los ciudadanos, en un contexto de profusión de información verdadera y también falsa.

## Referencias

Alvarado, Troi (2018). *Los memes como manifestación satírica de la opinión pública en la política ecuatoriana: estudio del caso "rayo correizador"*. [Tesis de Maestría. Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado de Guayaquil]. Repositorio Digital Universidad Casa Grande. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1493/6/Tesis1686ALVm.pdf>

Arango, Luis Gabriel (2015). "Una aproximación al fenómeno de los memes en internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica". *Comun. Mídia Consumo*. São Paulo, 12 (33), 110-132.

Bajtín, Mijaíl (2003). *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Madrid: Alianza.

Benjamin, Walter (1987). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica. Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.

D'Ancona, Matthew (2017). *Pos-verdade. A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News*.

Barueri: Faro Editorial.

De Bono, Edward (1997). *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. México: Paidós. *El Deber*. “Evo llama a prepararse para la ‘guerra digital’ en las redes sociales”. (04/02/2018). Recuperado el 23/09/2023 de: [https://eldeber.com.bo/bolivia/evo-llama-a-prepararse-para-la-guerra-digital-en-redes\\_51743](https://eldeber.com.bo/bolivia/evo-llama-a-prepararse-para-la-guerra-digital-en-redes_51743)

Guardia Crespo, Marcelo (2008). “De receptor a emisor, construcción de ciudadanía en un nuevo paradigma”. *Punto Cero*, 13 (16), 51-66. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Habermas, Jürgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa I y II*. Madrid: Taurus.

Hernández García, Enrique (2017). “Facebook: del autor como productor al usuario como prosumidor”. *Virtualis*, 8(15), 23-43.

Orozco, Guillermo. (2011). “La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red”, en Jacks Nilda (coord.), *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: CIESPAL.

Ossa, María Alejandra; Keissy Restrepo (2020). *Los memes y las representaciones de género en jóvenes de la institución educativa Playa Rica del Municipio de Bello, Antioquía*. [Tesis Programa Comunicación Social-Periodismo, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá]. Repositorio institucional UNIMINUTO. [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14939/1/T.C\\_OssaLoperaMariaAlejandra\\_2020.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14939/1/T.C_OssaLoperaMariaAlejandra_2020.pdf).

Pinto, Juan (2022). *Narrativas del humor en Instagram: rasgos culturales de memes en el marco de la emergencia sanitaria Covid 19 en Colombia*. [Tesis de grado, Universidad Santo Tomás, Bogotá]. Repositorio institucional Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/45667/2022juanpinto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Reguillo, Rossana (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Barcelona: NED.

Ruiz, Blanca (2018). “Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana”. *Nueva Sociedad* 273(1). Recuperado en 23/09/2023 de: <https://nuso.org/articulo/los-memes-una-respuesta-popular-y-humoristica-ante-la-crisis-mexicana>.

Ruiz, José (2018). “Una aproximación retórica a los memes de internet”. *Revista Signa*, 27, 995-1021. Madrid: UNED.

Rheingold, Howard (2002). *Multitudes inteligentes, la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.

Schmitt, Carl (2009). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza.

Tejedor, Santiago; Fernanda Tusa y Laura Cervi (2022). “Estudio comparativo sobre el potencial del meme como recurso de comunicación política: recepción, usos y significados en estudiantes universitarios (Ecuador- España)”. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 133-159.

Terra, Carolina Frazon; Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa. “Opinião pública em tempos de mídias sociais: mídiatização, comunicação desintermediada e memes”, en L. A. Farias, E. Lemos, C. Rebechi (orgs.), *Opinião pública, comunicação e organizações. Convergências e perspectivas contemporâneas* (164-177). San Pablo: Abrapcorp.

Toret, Javier (coord.) (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Informe de investigación 1.0*. Universidad Oberta de Catalunya. [http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20\(2\).pdf](http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20(2).pdf)

Torres-Martín, José Luis; Andrea Castro-Martínez y Pablo Díaz-Morilla (2022). “Humor e identidad como recursos expresivos para la construcción de marca en redes sociales”. *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 103-132. <https://doi.org/10.24137/raeic>.

Trivinho, Eugénio (2007). *A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. San Pablo: PAULUS.

Vásconez Vera, Patricio (2014). *Los memes como instrumento comunicacional en la transmisión cultural de los refranes y el discurso enunciativo en la plaza de la independencia de la ciudad de Quito* [Tesis en Comunicación Social, Universidad Politécnica Salesiana, Quito].

Watzlawik, Paul; Janet Beavin y Don Jackson (1991). *Pragmática de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.

Zegada, María Teresa; Marcelo Guardia (2018). *La vida política del meme: interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. CERES-UCB. La Paz: PLURAL.

———. (2021). *Historia política en memes*. Cochabamba: CERES-UCB (edición digital).

Zegada, María Teresa; Claudia Arce; Gabriela Canedo y Alber Quispe (2011). *La democracia desde los márgenes. Transformaciones en el campo político boliviano*. La Paz: CLACSO-Muela del Diablo Editores.

Zegada, Alejandro. “Uso de TICs en Bolivia es bajo comparado con Latinoamérica”. *El País*, 24/07/2016. [https://elpais.bo/economia/20160724\\_223372-uso-de-tics-en-bolivia-es-bajo-comparado-con-latinoamerica.html](https://elpais.bo/economia/20160724_223372-uso-de-tics-en-bolivia-es-bajo-comparado-con-latinoamerica.html).



## Comunicación y pandemia



## La soledad de tres mujeres de más de 70 años

María Rossana Zapata Arriarán  
Universidad Mayor de San Simón  
mr-zapata2014@outlook.com

### Resumen

En este trabajo se estudia la manera singular de enfrentar la soledad de tres mujeres de más de 70 años de edad en Cochabamba, Bolivia, durante la pandemia en el año 2021, a partir de registros de entrevistas psicológicas realizadas por la propia autora en calidad de psicóloga. Se trata de una investigación cualitativa realizada con la metodología psicoanalítica lacaniana. Las mujeres discurren el último ciclo de su vida, caracterizado por una confrontación permanente con las pérdidas (bio-psico-sociales) asociadas a la soledad. Dos de ellas encaran la soledad provocada por la pérdida de un hijo(a) haciendo o fortaleciendo el lazo social; la tercera encara su soledad, provocada por una ruptura en su estructura, evitando el lazo social. Se trata de un período en que se enfrentan a la pulsión de muerte. Se infiere que es imposible entender lo que comunica una persona sola de más de 70 años sin un diálogo interdisciplinario (en este caso, de la gerontología social, la psicología y la clínica psicoanalítica lacaniana).

*Palabras clave:* soledad; personas de edad; sufrimiento; gerontología social; psicología.

### The loneliness of three women over 70 years of age

*Abstract.* This paper studies the singular way of facing loneliness of three women over 70 years of age in Cochabamba, Bolivia, during the pandemic in the year 2021, based on records of psychological interviews conducted by the author herself as a psychologist. This is a qualitative research carried out with the Lacanian psychoanalytic methodology. These women are going through the last cycle of their lives, characterized by a permanent confrontation with the losses (bio-psycho-social) associated with loneliness. Two of them face the loneliness caused by the loss of a child by making or strengthening the social bond; the third one faces her loneliness, caused by a rupture in her structure by avoiding the social bond. This is a period in which they face the death drive. It is inferred that it is impossible to understand what a lonely person over 70 years old communicates without an interdisciplinary dialogue (in this case, from social gerontology, psychology and Lacanian psychoanalytic clinic).

*Keywords:* loneliness; elderly; suffering; social gerontology; psychology.

## A solidão de três mulheres com mais de 70 anos de idade

*Resumo.* Este artigo estuda a forma singular de lidar com a solidão de três mulheres com mais de 70 anos de idade em Cochabamba, Bolívia, durante a pandemia no ano de 2021, com base em registros de entrevistas psicológicas realizadas pela própria autora como psicóloga. Trata-se de uma pesquisa qualitativa realizada com a metodologia psicanalítica lacaniana. As mulheres estão atravessando o último ciclo de suas vidas, caracterizado por um confronto permanente com as perdas (biopsicossociais) associadas à solidão. Duas delas enfrentam a solidão causada pela perda de um filho criando ou fortalecendo o vínculo social; a terceira enfrenta sua solidão, causada por uma ruptura em sua estrutura, evitando o vínculo social. Esse é um período em que elas são confrontadas com a pulsão de morte. A inferência é que é impossível entender o que uma pessoa solitária com mais de 70 anos comunica sem um diálogo interdisciplinar (neste caso, da gerontologia social, da psicologia e da clínica psicanalítica lacaniana).

*Palavras-chave:* solidão; pessoas idosas; sofrimento; gerontologia social; psicologia.

### Introducción

El sufrimiento humano es un hecho generalizado. Las personas sufren en todas las edades y por diferentes motivos. En las personas de edad se pueden identificar algunos rasgos generales propios de su experiencia de la soledad. La depresión suele instalarse debido a pérdidas significativas de todo tipo (físicas, psíquicas y sociales). Esto se conjuga con la estructura psíquica de la persona que envejece (Fernández, 2004). Este sufrimiento es opacado y hasta silenciado por el malestar de la época (Castillo, 2021). Es opaco porque no puede llevarse a la palabra, se trata de lo indecible.

En la actualidad, se ha impuesto la desacreditación de las personas de edad en términos profesionales, laborales, políticos, económicos y sociales. Es frecuente que se las considere personas no productivas y con grandes dolencias físicas y psicológicas que demandan una atención social que, generalmente, ni los familiares ni el Estado pueden dar. Su soledad y el sufrimiento que ella entraña es un tema aplazado no solo en las políticas públicas de la mayoría de los Estados sino también en las preocupaciones de las familias. En Bolivia es evidente el sufrimiento de las personas de edad (Defensoría del Pueblo de Bolivia, 2020) porque se evidencia un deterioro de las condiciones de acceso a la salud, al bienestar social, al cobro de sus jubilaciones y a las visitas de sus familiares. El abandono familiar es un sentimiento predominante como su percepción (Jimenez, 2020). Las personas de edad, institucionalizadas o no, sufren de soledad.

En Reino Unido, desde el año 2018, existe un departamento del Gobierno para paliar la soledad de aproximadamente nueve millones de personas de edad (Sánchez, 2018). Igualmente, en Japón se ha creado el Ministerio de la Soledad para combatir el aumento de suicidios como primera causa de muerte externa, especialmente a partir de la aparición de la COVID-19 (García, 2021). En América Latina, Gabriel García Márquez, en su histórico discurso de aceptación del Premio Nobel en 1982, afirmó que “el desafío mayor para nosotros ha sido la insuficiencia de los recursos convencionales para hacer creíble nuestra vida. Este es, amigos, el nudo de nuestra soledad” (García Márquez, 2014).

La soledad es una vivencia singular y diaria de causalidad psíquica. Se evidencia un fenómeno de aislamiento o desprendimiento del mundo social. “Este concepto de retirada, se relaciona con la teoría de la desvinculación” (Cardona *et al.* 2009: 154). La soledad, caracterizada por la ruptura del lazo social provoca sufrimiento y es importante escuchar a la persona de edad que lo sufre, siempre de manera singular. La escucha acompaña el proceso de historización de su vida, incluye no solo la descripción de los acontecimientos, sino también la significación retroactiva de los mismos. Encarar la soledad tiene que ver con el hecho de ponerle palabra, todo esto con el objetivo de mejorar el bienestar subjetivo de la persona de edad. Se dice de la soledad que significa “estar solo”, como carenciado de compañía, y también se expresa que la soledad es “sentirse solo”, como alusión a una soledad subjetiva (Cardona *et al.* 2009: 164).

Este período de vida se caracteriza por la dificultad para encarar las pérdidas, por la soledad obligada, por el rechazo y el abandono. Las mujeres suelen tolerar el sufrimiento y buscar apoyo; en cambio, los varones tienen más dificultades para encararlo. Si bien el sufrimiento es una experiencia de la que ningún ser humano puede librarse, su vivencia es personal y suele ser más contundente en personas de edad (Hernández, Iniestra y Martínez 2015: 13).

De acuerdo con datos estadísticos del Banco Mundial, desde 1960 hasta 2021 la población de personas de 65 años o más ha ido en aumento y constituye cerca del 10 % de la población mundial. Se considera que hay un rápido envejecimiento de la población mundial (Mena, 2022). En consecuencia, el malestar social por el envejecimiento pondrá a prueba la capacidad de las sociedades para hacerse cargo del sufrimiento humano, considerando, además, que la vivencia de la soledad es singular y debe ser abordada en el caso por caso, sin perjuicio de establecer los rasgos generales que se pueden advertir en la experiencia de personas de edad.

En Bolivia, el Instituto Nacional de Estadística (INE) señala que la población de adultos mayores de 60 años representa el 9,3% de la población total, de acuerdo con la proyección poblacional a 2019 (INE, 2019). La soledad o experiencia del vacío es un fenómeno social que requiere del diálogo interdisciplinario debido a que se ponen en juego diferentes aristas bio-psico-sociales porque no puede darse por sentada la posibilidad de comunicar. La experiencia del vacío es una experiencia pulsional opaca, indecible, irrepresentable, que requiere del diálogo de distintos campos de saber para entender un poco de esa dimensión.

### **Pregunta de investigación y objetivos**

La pregunta de investigación es: ¿cómo encaran la soledad tres mujeres de edad, no institucionalizadas, en Cochabamba, Bolivia, durante la pandemia en el año 2021? El objetivo general de la investigación es establecer la manera singular de enfrentar la soledad de tres mujeres de edad de más de 70 años en Cochabamba, Bolivia, durante la pandemia en el año 2021, a partir de registros de entrevistas psicológicas. Los objetivos específicos son:

- establecer la dinámica social de tres mujeres de más de 70 años;
- describir cómo narran y significan su vivencia de soledad;
- identificar los recursos a los que apelan para encarar su sufrimiento por la soledad descrita y significada.

## Apartado teórico

La soledad es un tema de investigación que invita a escuchar lo que las personas de edad tienen para decir sobre ella. En este sentido, las bases teóricas en las que se sustenta este trabajo son la gerontología social, la psicología y el psicoanálisis de orientación lacaniana, con la pretensión de entender la comunicación humana.

### *El concepto de discurso*

La palabra soledad viene del latín “solitas” que hace referencia a la cualidad de estar sin nadie o solo (DECEL, 2023). En este sentido, la soledad puede entenderse como sentirse solo, como no tener a nadie o ambas significaciones a la vez. La experiencia de la soledad tiene que ver con perder el sentido de la vida o la “insuficiencia de los recursos convencionales para hacer creíble nuestra vida” (García Márquez, 2014).

El lazo social es lo que permite la vida. Cada sujeto hace lo posible para establecer lazos sociales que le permitan vivir acompañado. Es evidente que existe un agujero que “habita en los seres hablantes con el que habrá que arreglárselas cada vez para que la vida humana y los lazos sean posibles, sobre el fondo de lo imposible” (Loray, 2019: 15). Ese agujero es lo que escapa a la palabra; es indecible.

La soledad no está asociada solamente a la falta de comunicación (transmisión de sentidos), por el contrario, está asociada a la pérdida de sentidos que orientaban su vida y a la imposibilidad de llevar a la palabra la experiencia de soledad. El vínculo social es producto del discurso. El registro simbólico es lo que permite ordenar lo imaginario y darle sentido.

“Entendemos que el sujeto es efecto del discurso” (Loray, 2019: 18) y que la muerte, como la máxima expresión de pérdida, también se encuentra en los múltiples discursos sociales. La comunicación humana se genera en términos biológicos (sistema nervioso y aparato de fonación); sin embargo, es el resultado de la emergencia de un aparato psíquico.

Es evidente que, para la comunicación, el soma como conjunto de huesos, músculos, órganos y, por supuesto, cerebro, nervios y fluidos, es necesario un aparato psíquico para producir efectos de discurso o sentidos individuales y sociales que permiten el lazo social. Se enganchan lo imaginario, lo simbólico y lo pulsional opaco o pulsión de muerte.

El discurso social no puede prescindir del cuerpo, el mismo que se encuentra en franca “decadencia” en personas de edad. Es imposible evitar el envejecimiento y esto conlleva no solo el deterioro del sistema de percepción sino también de las facultades mentales. Muchas personas de edad sufren el deterioro de la cognición, por ejemplo, son frecuentes los olvidos respecto de la memoria a corto plazo, pudiendo presentarse también un *borramiento* de la memoria a largo plazo. La memoria a largo plazo es el reservorio de los sentidos personales históricamente construidos que orientaron las acciones y el pensamiento de la persona a lo largo de su vida.

¿Cuál es el poder del lenguaje sobre el cuerpo del hablante? El lenguaje permite canalizar el sufrimiento. Es decir, cuando una persona historiza o le pone palabra a aquello que lo molesta, disminuye el malestar. La comunicación estudia esta dimensión consciente de transmisión de mensajes o sentidos producidos por el hablante.

“Alojar la singularidad abre posibilidades incalculables por fuera de todo destino dado por un pronóstico basado en el diagnóstico” (Sotelo, 2022: 11). ¿Qué significa alojar la singularidad? Significa escuchar a la persona cuando esta habla de su sufrimiento. Sin embargo, también puede hablar con el cuerpo (movimientos corporales y gesticulaciones). Sin embargo, el silencio también es una manera de manifestar el sufrimiento psíquico. El silencio entendido como ausencia de sentidos lingüísticos y paralingüísticos.

Freud, considerado el padre del psicoanálisis, en su texto *Sobre psicoterapia*, a inicios del siglo XX hace referencia a la imposibilidad de la práctica psicoanalítica con personas de edad debido a la poca plasticidad mental para llevar el discurso consciente a lo inconsciente (Iacub, 2001). Sin embargo, hoy practicamos la escucha psicológica de personas de edad; ellas dan testimonio de cómo discurren por el último ciclo de su vida, caracterizado por una confrontación permanente a las pérdidas. Se advierte que se trata de un periodo, en el que se debaten entre la pulsión de vida y la pulsión de muerte.

### *La muerte como algo impensable*

El sujeto duda de su muerte hasta que las evidencias del envejecimiento aparecen. Incluso así, muchas personas niegan su deterioro. ¿De qué sufren las personas? De la soledad, cuya causa no es biológica sino psíquica. Sufrimiento causado por la pulsión de muerte o goce, esa poderosa fuerza psíquica que arrastra a una persona a sentir satisfacción en el sufrimiento, según Lacan. Para entender ese sufrimiento es necesario partir de los decires del sujeto para regresar a ellos (Lacan, 2009: 574).

Sigmund Freud, en *Consideraciones de actualidad sobre la guerra y la muerte*, señala que “no es preciso ser un fanático de la compasión; puede muy bien reconocerse la necesidad biológica y psicológica del sufrimiento para la economía de la vida humana y condenar, sin embargo, la guerra, sus medios y sus fines y anhelar su término” (Freud, 2011: 2). En este texto, Freud afirma que la muerte es inimaginable, nadie cree en su propia muerte. Y cuando se trata de la muerte de un extraño o un enemigo aceptamos incluso gustosos dicho desenlace. En consecuencia, en nuestro inconsciente es inaccesible a la idea de la muerte propia (Freud, 2011) y la de nuestros seres queridos.

La muerte como algo impensable es fracturada por el advenimiento de la vejez. ¿Qué es la vejez? Si para Lacan, siguiendo a Bichat, la vida “es el conjunto de fuerzas que se resisten a la muerte” (Lacan, 2018: 16), entonces la muerte es conjunto de fuerzas que mueven a la inercia absoluta, tal como Freud lo planteó en *Más allá del principio de placer*, señalando que todo organismo vivo –por razones internas– regresa a lo inorgánico porque la meta de toda vida es la muerte. Entonces, Freud llama pulsión de muerte a la que empuja compulsivamente a la destrucción. “Trátase del sector más oscuro e impenetrable de la vida anímica” (Freud, 2019: 2).

En este sentido, la vida no es una cuestión solo de biología sino fundamentalmente de psiquis. La comunicación humana no puede ser reducida solo a lo intelectual (transmisión y recepción de mensajes). Todo aparato psíquico tiene un lugar pulsional opaco o de muerte. Opaco porque no es comunicable debido a que se trata de fuerzas psíquicas primitivas e irrepresentable, y “el camino hacia la muerte no es nada más que lo que llamamos el goce” (Lacan, 2018: 17).

*Las dos imágenes sociales de los viejos en la dinámica social*

En el estudio “*Me debo adaptar a la vida*”: *Un análisis lacaniano de discurso sobre la vida en la vejez* (Jiménez y Sahagún, 2020), las dos imágenes sociales de los viejos en Aguascalientes, México, son la del anciano virtuoso o la del anciano loco. Dos extremos determinantes del ser de los ancianos que impide afirmarse en la vida. Estas dos versiones discursivas de los viejos son muy familiares en América Latina, pues se considera a los ancianos fuente de sabiduría o fuente de locura, sin resquicio alguno para estar en medio entre estos extremos.

¿Cómo escuchar la voz de los viejos? Esa voz que, a veces, parece inaudible.

Al no atender íntegramente la voz de ellos, reproducimos involuntariamente las miradas estereotipadas, pero ahora sabiendo más de ellas; el problema es cómo sabemos más de cómo vemos o se ven los viejos, pero no sabemos de los viejos. Es decir, tendemos a anular al sujeto para acceder al saber; a ignorar su voz para atender a las miradas (Jiménez y Sahagún, 2020: 61).

“Los estudios demuestran que los ancianos han sido desplazados del mundo, de la vida” (Jiménez Martínez & Sahagún Padilla, 2020 68). Ellos están clasificados como capacitados (sabios) o como discapacitados (locos) y el efecto discursivo de esto es la cosificación de los ancianos. Se convierten en objeto de amor o de crueldad de un gran otro (ese gran otro puede ser un familiar, una institución, una comunidad o el Estado). La condición objeto, imposibilitante para tener una vida propia. “De esta manera, quedan desadaptados, desplazados del lugar de la vida” (Jiménez y Sahagún, 2020: 68).

¿Qué hace cada persona de edad para encarar la soledad? Si la soledad es una condición estructural de cada sujeto, esta soledad está determinada por la pulsión opaca, al abrigo de una fantasía personal de segregación social que, efectivamente, produce disminución del lazo social.

Desde la clínica social podemos establecer que se significa peyorativamente o elogiosamente al viejo(a). Es decir, el significado que se le atribuye desde la construcción social tiene que ver con la función que se le reconoce. Esta es una atribución de sentido desde lo social, siempre en constante cambio respecto de los significados que se construyen. En esta investigación nos preocupa la construcción de significados desde el lugar de enunciación o subjetividad. Nos interesa el aporte de la clínica de lo singular a la clínica social, esta última desarrollada por ejemplo por la comunicación social y, por supuesto, el diálogo entre ambas clínicas.

Entenderemos por dinámica social el proceso de transformación, movimiento o deslizamiento de lo social y lo social solo puede entenderse como lazo social. Entonces, la dinámica social es el deslizamiento del lazo social. Como afirma Loray, lo social tiene una dimensión singular y otra colectiva (Loray, 2019). Desde cada una de ellas construimos significados, unos singulares y otros colectivos. Los singulares responden a la causación o producción del sujeto.

¿Qué imagen de sí mismos construyen los viejos? ¿Qué imagen de su singular soledad pueden hacernos saber? ¿Qué hacen para encarar lo que ellos significan como soledad?

*Sentirse solo y estar solo*

La soledad fue el tema que motivó las IX Jornadas de la Escuela Brasileña de Psicoanálisis, Sección San Pablo (2020) y se concluye, con relación a la soledad, que la soledad, intrínseca al sujeto, es “imposible de intercambiar, comunicar, lo que no se puede hablar” (Ferranti, 2020). ¿Qué es lo que no se puede comunicar? No se puede comunicar la pulsión opaca de muerte, opaca porque no accede al registro simbólico. En consecuencia, el ser humano no comunica por naturaleza como afirmaba Aristóteles (Aristóteles, 1988).

La soledad es la experiencia de lo que no se puede decir, porque cuando se puede llevar algo de la soledad a la palabra, se está menos solo. Lejos de lo que todo el mundo piensa, la soledad no es sin el gran otro, más bien lo incluye. Queremos un lugar en el gran otro. “Hay pues soledades muy distintas, en plural, diversas y singulares a la vez. No he escuchado a un sujeto que me habla de su soledad igual a la del otro” afirma Bassols (Bassols, 2015). El autor afirma que podemos distinguir una soledad con el gran otro y una soledad sin el gran otro. Esta última es una soledad radical porque el sujeto se confronta con su goce o esa compulsión a destruirse. ¿Cuál es la solución? Bassols se refiere a la solución oral de la soledad que consiste en provocar que la persona hable de su soledad. Podemos señalar que cualquier organización social, como la familia o la comunidad, es la congregación de soledades psíquicas personales.

*Envejecimiento satisfactorio o saludable*

Desde la gerontología social, Rowe y Khan (1987) se preocuparon por el envejecimiento satisfactorio o saludable, es decir, el envejecimiento con baja inclinación a las enfermedades o discapacidad, alta capacidad funcional física y cognitiva y activa vida social. Este campo de saber –la gerontología– plantea de manera desnuda que “de la fragilidad a la dependencia o la necesidad de un tercero en la realización de actividades de la vida diaria el paso es inevitable” (Millán, 2011: 5).

Se diferencian las patologías edad-dependientes (como el Alzheimer y las demencias) de otras, debido a que estas están estrechamente asociadas con la pérdida de independencia para realizar actividades de la vida diaria. En el envejecimiento aparecen las pluripatologías o varias enfermedades (como la deficiencia del funcionamiento del riñón, la diabetes y la presión alta, entre otros) y esto da lugar al paso de la fragilidad a la dependencia.

La presencia de un tercero para realizar las actividades de la vida diaria no necesariamente disminuye el sufrimiento humano por la pérdida de la salud, por la pérdida de la independencia para manejarse en la interacción social. La percepción subjetiva de estas pérdidas no ha sido ampliamente documentada ni estudiada. La regla no ha sido escuchar la voz de las personas de edad; por el contrario, se las ha silenciado. Probablemente, la mayor discapacidad es aquella referida a la imposibilidad de comunicar lo que les sucede cuando, además, se les bloquea la posibilidad de ser escuchados.

El envejecimiento satisfactorio o con calidad de vida está estrechamente ligado con el derecho que tienen las personas de edad a hablar sobre sí mismas por sí mismas. El bienestar incluye “dos aspectos fundamentales: el subjetivo (hedónico), que estudia los efectos y el grado de satisfacción con la vida; y el psicológico (eudemónico), que estudiaría

el desarrollo del potencial humano en relación con el funcionamiento positivo de la persona” (Millán, 2011: 7). ¿Cómo podemos conjeturar sobre las experiencias de soledad de las personas de edad si no las escuchamos? ¿El derecho al bienestar de los viejos no tiene que ver con su derecho ciudadano a ejercer la libertad de expresión? ¿Por qué se piensa que todo se puede comunicar, siendo que hay dimensiones de la vida psíquica que ninguna persona puede comunicar? Sin embargo, basta la actitud de escucha para la resonancia de la pulsión de muerte o pulsión opaca sin sentido.

Es innegable que los recursos económicos de la familia o de la propia persona de edad –en ausencia de familia–, así como los recursos económicos del Estado, son importantes cuando se trata de la inversión en la asistencia social y la salud pública, a la hora de promover el bienestar o la calidad de vida de todos. En términos presupuestarios, evidentemente se trata de gasto; sin embargo, en términos de envejecimiento satisfactorio, se trata de inversión familiar y pública porque el envejecimiento “va camino a alcanzar la mitad de la duración de la etapa más duradera: la de ser adulto (18 a 65 años) (...) Con una duración media de veinte años y siendo la etapa final, la población tiene que mentalizarse de que no se puede llegar a ella de cualquier manera” (Millán, 2011: 9).

Lo que se retoma de los estudios sobre el envejecimiento es la imperiosa necesidad de poner atención en aspectos psicológicos, es decir, la apreciación o valoración subjetiva que la persona de edad tiene respecto a temas sensibles e insoslayables de la vejez como es el de la soledad.

#### *Los tratamientos posibles de la soledad en la vejez*

Desde la psicología se han planteado algunos factores causales de la soledad que están relacionados con vivencias de graves consecuencias emocionales: a) unas relaciones familiares pobres, b) el síndrome del nido vacío, c) la muerte del cónyuge, d) la salida del mercado laboral, e) la falta de actividades placenteras y f) los prejuicios (Rodríguez, 2009), todas estas causales referidas al deterioro de la vida social de las personas.

En consecuencia, las estrategias y recursos para superar la soledad involucran tanto a la persona de edad como a su familia y, por supuesto, a la sociedad. Los tratamientos posibles de la soledad en la vejez tienen que ver con la realización de actividades de promoción de las relaciones sociales y familiares. “Las estrategias para afrontar la soledad son diferentes para cada persona” (Rodríguez, 2009). Sin embargo, todas las estrategias pasan por capitalizar los recursos sociales familiares, de vecindad, de intervención de profesionales como el trabajador social a partir de las prestaciones de servicios sociosanitarios y otros, debido a que:

el anciano necesita comunicarse y relacionarse con el entorno de forma verbal y no verbal, expresar deseos y opiniones y tener sentimiento de pertenencia a un grupo (...) Para ellos se plantean los siguientes objetivos: conocer los hábitos del anciano a la hora de comunicarse. Realizar una educación sanitaria para fomentar el mantenimiento de los órganos de los sentidos. Diseñar programas que permitan expresar los sentimientos y las emociones del anciano (Rodríguez, 2009: 163).

Por lo tanto, un tratamiento posible de la soledad para una persona de edad no puede prescindir de su voz. La palabra de la persona es imprescindible para enterar a su entorno social no solamente de sus hábitos de vida doméstica, sino también para hacer conocer sus creencias y valores, mismos que son la base de sus convicciones personales.

Es importante señalar que los tratamientos posibles de la soledad en la vejez son diferentes para cada persona. Se impone una visión de caso por caso, debido a que nadie experimenta la vejez de la misma manera. Y, sin duda alguna, es conveniente reconocer que el tratamiento presenta serias dificultades con personas con demencias como la de Alzheimer (Iacub, 2001).

Puede acontecer que esta regresión adquiera dimensiones patológicas cuando está tomada por las pulsiones de autodestrucción. La pulsión de muerte puede imponerse en esta regresión y, por supuesto, el aparato psíquico –constituido en la niñez de la persona– tiene trascendental importancia respecto de la manera en que la persona viva las vicisitudes de la misma.

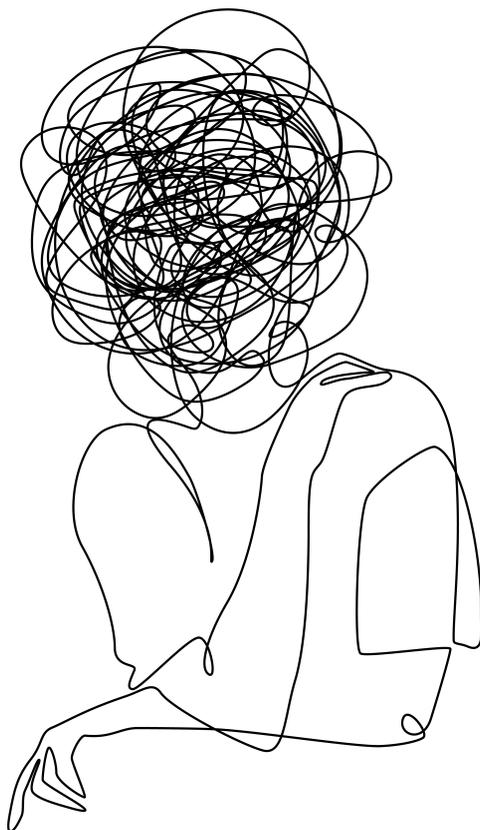
Preocupa enormemente el rechazo de la persona a la vida social y la sume en una soledad patológica. El retraimiento en el yo, esto complejiza todos los tratamientos posibles de la soledad. Se trata de un yo dominado por las pulsiones de autodestrucción.

En consecuencia, buscar el bienestar de la persona de edad impone realizar intervenciones de provocación de la palabra para mejorar su estado clínico. Hay dos formas de prejuicio que es necesario evitar, “una que es la de pensar que todo lo viejo es enfermo y la confirmación de esto se produce cuando esta visión patológica es considerada como una normalidad” (Iacub, 2001).

### 2.1.7 Modos de encarar la soledad

La soledad crónica es la denominación de la experiencia de la soledad que personas de edad sufren en España durante el siglo XXI. Las “familias hinchables”, se trata de un cortometraje de una mujer de edad sola que tiene que inflar a su pareja para escapar de la soledad, todo para denunciar la soledad en que viven miles de mujeres solas. Por ejemplo, el caso de Norma de 86 años que hace 10 años vive sola, ya no sale sola, se ha caído varias veces. Su lucha es contra la soledad. Marisa, su peluquera, pasa a buscarla para llevarla a su salón y peinarla; si no, no podría ir a la peluquería. Cada vez más, tiene miedo de sufrir otra caída. Las empleadas de la farmacia de su barrio le llevan las medicinas que necesita a su departamento. A Norma le gusta charlar y charlar. A ella le gustaría tener a su familia cerca, pero sabe que no puede ser y sigue acostumbrándose a su soledad (*laSexta Noticias*, 2020).

Ramón Valdez, de 91 años, psicólogo y catedrático emérito de la Universidad Autónoma de Barcelona, ha realizado un largo viaje por la vida. Dice que vivimos un tiempo de *watch up* o de imágenes, distinto del tiempo en el que él vivió. Recuerda su niñez y dice que la curiosidad es la semilla de la vida. “Notamos que hay tiempo porque envejecemos” (BBVA, 2022), por la pérdida de vista, del oído, pérdida de la memoria y otras pérdidas. Refiere que una de las formas de morir es aprendiendo y también dando gracias a los amigos. A la edad de 91 años, pocas cosas le provocan alegría, tiene corto



círculo de amigos y parientes. Reconoce haber fallado en muchas cosas durante su vida, como ser humano débil y vulnerable. Considera que hay guerras porque las personas quieren la ganancia inmediata. Afirma que hoy es importante la ganancia, pero es más importante la inmediatez de la ganancia. Esto es lo que destruye el mundo. El consejo que da a las personas es que escuchen y a los niños que jueguen, que pierdan el sentido de las cosas a través del juego. Ha tenido alumnos muy majos que le invitaron y le invitan, aún hoy, a desayunar de vez en cuando y esto, para él, ha sido una gran suerte. Y aconseja a las personas, intentar encontrar un buen camino.

Tanto Norma como Ramón son personas de edad que han encontrado una manera de encarar la soledad, no solamente la soledad de no tener a nadie sino también a la soledad como sentimiento. La sensación de soledad parece que es una experiencia de la que nadie puede escapar, sin embargo, la palabra o la presencia de cuerpo de un semejante tiene el poder de aminorar la angustia provocada por la misma. La comunicación con otro semejante es un tratamiento posible de la soledad.

¿Cómo entender la soledad en la vida de las personas de edad? La única manera es escuchando las significaciones o sentidos que ellas llevan a la palabra. Tanto Norma como Ramón valoran la aparición de un semejante que se acerca a ellos y los escucha. La vida de cada uno de ellos no podría fluir con prescindencia de otro ser hablante.

El cortometraje titulado “familias hinchables”, que se refiere justamente a la manera de encarar la soledad de una mujer de edad, inflando un muñeco de plástico para sentirse acompañada. Esta invención, inflar un muñeco que hace de acompañante, muestra el sufrimiento que acompaña a las personas de edad durante el último ciclo de vida, caracterizado por la pérdida del lazo social.

Kait señala que Lacan, tomando como referencia el texto de Freud *Inhibición, síntoma y angustia*, afirma que la angustia es un afecto. “Especifica, además, la estrecha relación entre la angustia y el deseo del Otro” (2005:10). En otras palabras, la angustia se trata de una señal de una falta. La angustia se relaciona con una experiencia de desamparo, como aquel se experimentó en el nacimiento o entrada al mundo. La vejez, como último ciclo de la vida de una persona, trae consigo la reedición de ese desamparo original. Una situación de desvalimiento por las pérdidas biopsicosociales sufridas por las personas de edad que las obligan a tener una vida, muchas veces, carenciada de la presencia de otro semejante que los escuche.

El lazo social está lejos de ser una conexión solamente física, se trata fundamentalmente de una cuestión discursiva y libidinal, es decir, “el discurso como estructura del vínculo social” (Loray, 2019: 18). Por ejemplo, “la esencia de una multitud consiste en los lazos libidinales existentes en ella” (Laurent, 2009), igualmente los lazos familiares o los lazos fraternos consisten en lazos libidinales. Cualquier lazo social consiste en lazos libidinales o de amor y, cuando hay ruptura, aparece el terror. ¿Por qué aparece el terror? Porque la falta hace presencia.

Entonces, en esta etapa de la vida, la persona de edad puede encarar la soledad recomponiendo su entorno social de diferentes maneras. Esas diferentes maneras de encarar la soledad son siempre singulares, caso por caso.

La angustia y la fragilidad son siempre un llamado para que otro desempeñe el papel de un familiar o de un amigo, de alguien que colme una demanda. La demanda siempre

es de amor y puede tener diferentes expresiones. Estas maneras singulares de encarar la soledad son las que se pretende estudiar.

“Los efectos del lenguaje en la enfermedad intrínseca del ser humano como ser hablante y como ser hablado, es decir, como paletre” (Miller, 2011: 38) ¿Cuál es la enfermedad intrínseca del ser humano? La soledad, padece de una soledad estructural y, si a esto se suman las pérdidas propias del último ciclo de vida (biopsicosociales), entonces, la soledad aumenta hasta unos niveles insoportables. ¿Cuál es el recurso más inmediato para intentar bajar la angustia? La inserción en el lazo social.

Como afirma Jacques-Alain Miller, “el solo hecho de que ustedes inviten a quien tienen enfrente a hablar hace que su amorfo mental adopte la estructura de lenguaje”. Por lo tanto, la comunicación, que es un proceso de ida y vuelta, que tiene por quehacer provocar la palabra y escucharla, es el recurso idóneo para la inserción en el lazo social.

## **Metodología**

El presente estudio sigue la orientación de la gerontología social, la psicología y el psicoanálisis de orientación lacaniana para entender qué es lo que comunica una persona de edad cuando sufre por la experiencia de la soledad. Estos campos de saber tienen su preocupación centrada en la promoción de la vida; para ellos, el deseo de vivir es la condición imprescindible para que una persona de edad logre una satisfacción singular con referencia a lo que considera calidad de vida.

Este trabajo plantea un diálogo entre campos de saber con la esperanza de lograr un mínimo entendimiento sobre cómo encara la soledad una persona de edad no institucionalizada, que se encuentra bajo el cuidado de sus familiares.

Esta es una investigación cualitativa cuyas unidades de análisis son tres mujeres de más de 70 años escogidas no solo por su accesibilidad sino también porque son pacientes de la clínica psicológica, que llevan a la palabra su sufrimiento en relación a su versión singular de su soledad. Esta pesquisa busca establecer los conocimientos subjetivos –de cada una de estas mujeres de edad– contextualizados por su tipo de estructura psíquica y por el tipo de lazo social establecido con sus familiares. La fuente de información son los registros de entrevistas psicológicas de las mujeres de edad y de sus familiares, bajo cuyo cuidado se encuentran, y quienes solicitaron la intervención de una profesional psicóloga ayudar a su familiar a encarar la soledad en el año 2021 en la ciudad de Cochabamba. Esta profesional es la autora de la presente pesquisa.

La autora, en calidad de psicóloga, por convicción adopta la clínica psicoanalítica de orientación lacaniana caracterizada por provocar la palabra de las pacientes a través de la invitación a la asociación libre de ideas. El tipo de trabajo de campo realizado es clínico psicoanalítico de orientación lacaniana. Toda pregunta realizada en las entrevistas clínicas deriva de las afirmaciones, relatos de hechos o situaciones, silencios y de las propias preguntas planteadas por las pacientes. Se trata de entrevistas, abiertas y en profundidad, en las que son las propias pacientes las que marcan el curso de las mismas. En los casos que nos ocupan, las pacientes acentuaron su preocupación en la soledad, desarrollando con sus propias palabras su propia versión de soledad y la manera de encararla. Estas entrevistas tienen registros escritos, propios del trabajo psicoanalítico lacaniano, que se

elaboran mientras la paciente habla. Se toma nota de los más significativo y repetitivo de lo que dicen.

De los registros de entrevistas se recogieron las experiencias de vida significativas para cada persona, sus puntos de vista o mirada singular respecto a diferentes eventos de su vida que ellas relacionan con su soledad, todo esto en calidad de variables del trabajo de campo documental. Se contextualizaron los registros de las entrevistas que se realizaron en el marco de sesiones psicológicas. Se dio prioridad a los dichos (literalidad) de las pacientes; se los analizó con el aparato psicoanalítico de orientación lacaniana, intentando identificar los significantes con los que las tres mujeres de edad que representan su soledad. Se propusieron algunas conjeturas sobre cómo cada una de ellas encara su soledad, a partir del análisis de los datos contenidos en los registros de entrevistas en profundidad, en los que se hallan descripciones y significaciones de su vivencia de soledad y los recursos a los que apelan para encarar su sufrimiento. Todo lo descrito es parte de la metodología de investigación del psicoanálisis de orientación lacaniana que tiene por herramienta la palabra. Usando la palabra, el psicólogo elabora una pregunta conforme lo dicho literalmente por la paciente, por lo tanto, la guía de la entrevista la da la propia paciente.

El encuadre en el que se realizaron las entrevistas tuvo por principio fundamental la posición de escucha de la psicóloga. En consulta, desde su posición de escucha provocó la palabra de las pacientes a través del planteamiento de preguntas siempre en referencia a lo que ellas decían. Sus dichos (de las pacientes) fueron siempre la brújula con la que se orientó la psicóloga para invitar a hablar espontáneamente de lo que se les ocurriera. La pregunta inicial fue “¿Por qué la traen a consulta?”. Por esta razón, el presente trabajo de investigación tiene por fuente los registros de entrevistas de tres pacientes de edad, registros que se encontraban a disposición inmediata de la profesional autora de este trabajo y en los cuales las pacientes, preponderantemente, llevan a la palabra o comunican su versión de soledad.

Los nombres de las personas entrevistadas se mantienen en el anonimato. De las entrevistas se tiene únicamente registros escritos de sus dichos con referencia a su soledad, de los que se hará un análisis lacaniano del discurso (Jiménez y Sahagún, 2020: 62), también con el aporte de la psicología y la gerontología social para entender lo que comunican.

¿En qué consiste el análisis lacaniano del discurso? Es un seguimiento, registro de lo que las personas dicen que les pasa o les ha pasado porque “lo que les pasaba y lo decían eran exactamente lo mismo, eran aspectos de lo mismo o como mínimo estaban estrechamente articulados en una misma estructura, que Freud llamó *complejo*. Así, no es que alguien le duela algo y lo comunique, sino que, en el caso de que se trate de un síntoma psíquico y no simplemente orgánico, hay una continuidad entre el dolor y decir: “Me duele”. A partir de ahí, lo que se escucha en lo que se dice empieza a tomar forma, a mostrar nuevas estructuras” (Berenger, 2018: 126). En este sentido, el análisis lacaniano del discurso va más allá de lo dicho por la persona. Se trata primero de escuchar a la persona que ha sufrido, lo cual abre una dimensión distinta a la significación convencional de los hechos y nos remite a la significación singular y retroactiva de los mismos.

El análisis lacaniano del discurso hace seguimiento del sujeto psíquico, al que podemos denominar también sujeto del inconsciente o sujeto del goce. A este sujeto accedemos a

través de la palabra de las personas en la experiencia analítica o sesión psicológica, cuyo único patrón es dar lugar a la palabra espontánea de las personas a través de preguntas sobre lo que ellas mismas dicen, en otras palabras, introducir el malentendido. “Por ejemplo, a través de la introducción de la pregunta: ‘Pero... ¿qué quiere decir usted con eso?’” (Miller, 1997: 55). El psicólogo analista nunca sabe lo que la persona carga como subjetividad profunda. Entonces, el análisis lacaniano del discurso consiste en realizar un intento de localización subjetiva, como señala Miller. A partir del análisis de datos contenidos en los registros de entrevistas psicológicas o entrevistas en profundidad, se pretende realizar la localización subjetiva de las tres mujeres de edad, es decir, intentar identificar su manera singular de vivenciar la soledad y de comunicarla.

Para Miller, “la localización subjetiva consiste en hacer aparecer la caja, esa caja vacía donde se inscriben las variaciones de la posición subjetiva (...) ¿Qué es el sujeto? El sujeto es esa caja vacía (...) Y, en ese sentido, el lugar de la enunciación es el propio lugar del inconsciente” (1997: 56-57). Es el lugar de su pulsión de muerte.

Se entiende que la experiencia en la sesión analítica es una “experiencia viva y fundamental. Cabe detenerse en el pasaje del singular de la investigación al plural de las investigaciones que ya anticipa por sí mismo la entrada de la experiencia y de la vida” (Linietzky, 2003: 30). Por lo tanto, los registros escritos de estas sesiones recogen algo de la experiencia viva y fundamental de la vida de las personas.

## **Resultados**

### *“Las voces que me habitan”*

Cecilia es una mujer de edad, tiene 79 años de edad. Los dos hijos solicitan atención psicológica debido a que su mamá empezó a escuchar voces y ver insectos y personas que no existen más que en su aparato psíquico. El cuidado de la madre se había tornado muy difícil debido a que ella estuvo separada del marido por más de 20 años y vivía sola en su casa. No aceptaba la compañía de una asistente doméstica excepto por algunas horas y una vez a la semana. Tampoco aceptaba la compañía de enfermeras.

Cecilia había sido una mujer independiente, de éxito profesional y económico que, en su vida adulta, se sentía sola. Una vez jubilada, su vida social se había reducido considerablemente, no solo por su retiro laboral, sino que, junto al retiro laboral, aparecieron voces de personas que vituperaban contra ella, también aparecieron visiones de insectos y personas que no existían. En esta época escribe uno de sus poemarios que titula “Las voces que me habitan”.

El esposo, separado de Cecilia por más de 20 años, tenía su propio domicilio, y se negaba al ruego de los hijos para ir a vivir con su madre. La situación de la madre se torna muy preocupante, cuando ella misma cuenta que intentó realizar una denuncia en la Fiscalía Departamental contra el vecino de su casa, a quien le atribuía la autoría de enviarle voces insultantes, insectos electromagnéticos que no la dejaban escribir su poesía y rayos de calor que mortificaban su cabeza.

Producto de una consulta con psiquiatra, Cecilia es medicada con un antipsicótico en gotas. Cecilia está siempre muy angustiada por la aparición de las voces y los insectos. Su

agitación es cada vez mayor y eso lleva al médico a aumentar la dosis del medicamento con la pretensión de luego pasar a las pastillas y finalmente al inyectable. Lamentablemente, el frenesí familiar no permite avanzar en su medicación, misma que es interrumpida porque el hijo menor urde con su madre dejar la medicación y romper con el hijo mayor. El papá estuvo completamente allanado a la decisión madre-hijo menor de hacer de cuenta que nada grave le ocurría a su esposa.

¿Qué planteaba Cecilia como *soledad*? Cecilia decía que su soledad consistía en sentirse desamparada ante la irrupción de las voces y los insectos. Que no podía entender cómo era posible que su vecino la persiguiera para mortificarla. Que nunca le había hecho daño alguno a su vecino, es más, ella siempre había tenido una relación distante pero cordial con él. Que a estas alturas de su vida era inconcebible que viviera la persecución de un enemigo permanente. Que tenía la certeza que este vecino, antiguo compañero de trabajo de su esposo, sabía de su separación conyugal y que por eso aprovechaba para fustigarla.

Es así como comenzó a tomar forma la idea de retornar a la convivencia conyugal. “A mí no me desagradaría retornar a la convivencia (con) Carlos. Qué podemos esperar el uno del otro si no es hacernos compañía. Yo no tengo más interés que el hecho de estar acompañada. La gente cree que porque vivo sola estoy desamparada y aprovecha mi situación para atacarme”.

Cecilia se interna sola en una clínica debido a los dolores que experimentaba en la micción. Los médicos le diagnostican anemia severa e infección urinaria crónica. La estabilizan en el lapso de 10 días y luego le dan de alta. El esposo y los hijos se enteran de su internación debido a que uno de los hermanos menores ella, de profesión médico, se entera de la negativa de su hermana para retornar a su casa. No quería irse a su casa y había pedido a sus médicos que por favor no le avisaran nada de su situación a su hermano, el mismo que solía operar en dicho lugar.

Cecilia es recogida por el esposo una vez cancelada una cuantiosa suma de dinero, porque Cecilia había escogido una atención hospitalaria de primera calidad y muy costosa. El hijo mayor acudió al Departamento del Adulto Mayor de su ciudad para solicitar la protección de su madre. En la audiencia, Cecilia, su esposo, el hijo menor y tres abogados acusaron al hijo mayor de tener interés en dejar en la calle a su madre y agarrarse todo el dinero y bienes de sus padres. El hijo menor afirmaba que su mamá se había curado de las voces y las imágenes de insectos que veía. Dijo que su madre ya no necesitaba medicación y pedía que se le respetara el derecho a vivir sola y tomar decisiones en cada aspecto de su vida.

Por el contrario, el hijo mayor señalaba que su mamá necesitaba cuidados las 24 horas del día, una persona que le cocinara y una enfermera para garantizar la toma de medicación. Afirmaba que, debido a que la medicación provocaba somnolencia, su mamá no podía estar sola ni un instante, y que hasta al baño debía entrar acompañada. Todo esto conforme a las indicaciones de la psiquiatra.

Hicieron falta dos caídas más en la calle, la última de ellas con fractura en el brazo, para que el hijo menor decidiera llevarse a vivir con él a su mamá y a su papá. Y en cuanto Cecilia se fue a vivir con el esposo y el hijo menor, no acudió más a sesiones psicológicas. Aparentemente no toma medicación, pero siempre está acompañada de una cuidadora, de su esposo o hijo menor. Toda la pandemia ha estado acompañada por la presencia de su esposo e hijo menor, la presencia física de estos dos únicos familiares la pacificó, lejos

de angustiarse. En realidad, en esta etapa de su vida, Cecilia se angustia en espacios muy concurridos de personas que no conoce.

Cecilia no quiere establecer ninguna comunicación con otros familiares ni con amigos. Le provoca angustia salir a pasear o realizar la diligencia del cobro de su jubilación.

### *Vacío insoportable del hijo muerto*

Lena es una mujer de 72 años que se casó dos veces. En el primer matrimonio tuvo cuatro hijos y en el segundo tuvo dos. El hijo menor del primer matrimonio murió durante la pandemia y Lena se culpabiliza. Ella hace rememoración de su divorcio y dice que se arrepiente del abandono de su hijo menor en manos de su padre. Lena se siente culpable de la muerte de su hijo menor; refiere que llora todo el día y que es una pérdida que no puede aceptar. Señala que murieron sus padres e incluso hermanos, pero que nunca sintió dolor tan grande como el que le causó la muerte de su hijo. “¡Yo debía morir!”. La soledad de Lena consiste en el vacío insoportable que le ha dejado el hijo muerto. Está enojada con dios; no quiere visitar templos.

Ella dice que lo envió al hospital y se cuestiona por eso. “No sé por qué lo he enviado al hospital. Todos los que van al hospital mueren”. Señala que estuvo comunicándose con su hijo todos los días y él decía que estaba estable, aparentemente, la COVID-19 estaba cediendo, pero murió abruptamente. “¡Yo debía morir! Estoy muy mal, muy mal. No puedo dormir. No como bien. Todo el día y la noche pienso en mi hijo. No quiero que mis hijos se acerquen. Quiero estar sola. Quisiera irme a algún lado. No quiero que la gente me pregunte. ¡No quiero aceptar!”.

Lena, de contextura delgada, pero cuerpo consistente y saludable, de facciones femeninas con un aire de dureza, tuvo una vida de mucho trabajo. Ella vivió en el extranjero por muchos años por razones económicas. Aunque no se profesionalizó, tuvo mucho éxito económico con la actividad del comercio. Y ella misma dice que siempre está preocupada por sus hijos, a quienes concentra todos los fines de semana en su casa, desde la hora del desayuno.

Lena es llevada a consulta por sus dos hijas mayores. Ellas están preocupadas porque su mamá es el centro de atención de toda la familia. Ella es la persona que une a la familia.

El hijo que murió era su compañero de negocios y de vida cotidiana. Los dos tenían una tienda de insumos médicos que administraban juntos. “Me llevaba muy bien con mi hijo menor, me llevaba bien en el negocio. El último sábado estaba pegado a mí y me decía que le ardía la garganta y el estómago. No quería tomar ni un antigripal. Salí positivo para la COVID. Y yo pensé que se iba a recuperar. “¡Y no lo he visto más! ¡Casi he enloquecido!”.

“¿Voy a poder olvidar que mi hijo ha muerto?”, pregunta con vehemencia. Se le respondió que sabemos que no podrá olvidar que su hijo murió, pero ese dolor irá disminuyendo con el paso de los días.

Lena plantea que le gustaría viajar para dejar de pensar. Tal vez un viaje en carro con la familia de su hija podría ayudarla. Una de sus hijas junto a su esposo e hijos tuvo que permanecer toda la cuarentena rígida en la casa de Lena y le habían propuesto viajar con ellos al Brasil, el lugar donde viven (la frontera con el Brasil ya se había abierto). Preguntó

si eso le haría bien. Se le responde preguntando si a ella le gustaría hacer ese viaje y asiente. Entonces, se la animó a realizar el viaje.

¿Qué es la soledad para Lena? No poder olvidar la muerte de su hijo, no poder olvidar el vacío que le ha dejado.

Lena sigue reuniendo a su familia los fines de semana, hace uso de todos sus recursos sociales, de lazo social para vivir. Sigue administrando la tienda que tenía con el hijo menor y está pensando en importar mercadería para bebé junto a su hija mayor.

*“Me hace falta mi hija-madre”*

Olga, de 71 años, es la madre de Julieta, fallecida por la COVID-19 durante la cuarentena rígida de la pandemia. La nombra como “mi única hija”. Julieta murió abruptamente producto de una severa complicación por el virus. Estaba con un embarazo de seis meses. Julieta y su esposo cayeron enfermos y tuvieron que ser hospitalizados. El esposo sobrevivió, pero ella murió repentinamente por complicaciones de salud.

Olga vive con el esposo. Con él tuvieron cuatro hijos, tres varones y una mujer. Olga se ha desempeñado como ama de casa, ha entregado todas sus energías al cuidado de sus hijos y la casa. Su esposo se refiere a su hija como “su reina”. El esposo de Olga se describe a sí mismo como una persona de carácter estable, pero lo de la hija le ha afectado mucho. Dice: “quiero controlar el dolor, solo estoy funcionando, pero nunca voy a ser el mismo. Trato de guardar el equilibrio. Es un dolor irreparable. ¿Será que el tiempo cure un poco?”.

Ni Olga ni su esposo sufren de alguna disminución física notable ni enfermedad alguna. Su esposo está jubilado y ambos colaboran en el cuidado de su única nieta.

Olga afirma que ella misma ha criado a sus hijos y que su hija mayor era como una madre para ella. Dice que una vez hospitalizada su hija nunca más la vio y que no está pudiendo asimilar la muerte de ella. “Mientras no veo, no creo”, decía. Olga se culpabiliza por no traerla a la fuerza a su casa del hospital y atenderla. Piensa que hubiera estado bien.

Olga es traída a consulta porque sus hijos están preocupados por el sufrimiento de su mamá. Ella extraña enormemente a su hija y se culpabiliza por su muerte.

Vía celular, su hija le decía “No te asustes, mami. Yo voy a salir adelante. Me harán una cesárea y tal vez, no te pueda contestar mañana. Te recomiendo a mi hijita. Luego, no me escribía nada. Ha fallecido. Ya no la he visto más. Me duele la pérdida de mi hija. Mis hijos siguen siendo pequeños para mí”.

Olga afirma que ve como suya a su nieta de ocho años que le ha recomendado su hija. Se siente preocupada porque no ha llorado ni una sola vez por el fallecimiento de su madre. El esposo de Olga está junto a ella y comparte todas las preocupaciones familiares.

¿Qué es la soledad para Olga? No tener junto a ella a su hija-madre.

## Discusión

Por todo lo expuesto, el objetivo de este trabajo de investigación sigue las preocupaciones de la gerontología social, de la psicología y del psicoanálisis de orientación lacaniana en relación a la degradación inevitable de la vida “por los cambios tanto fisiológicos como funcionales que se producen en relación con el paso del tiempo” (Millán, 2011: 4).

Tanto la psicología como el psicoanálisis de orientación lacaniana apuestan a la vida y al establecimiento o re-establecimiento del lazo social; lo propio se promueve desde la gerontología social. Y, por supuesto, no se puede apostar a la vida sin considerar de inicio la muerte, entendida no solamente como el detenimiento de todas las funciones vitales del cuerpo sino, también, como el detenimiento de las actividades de la vida diaria de las personas y, consecuentemente, de su articulación social. Sentirse solo y estar solo son dimensiones de la soledad que pueden ir incluso juntas.

Los tres casos de mujeres de más de 70 años son tres casos de una experiencia de soledad muy singular. Cecilia tiene un brote psicótico cuando deja de ser reconocida como una exitosa profesional. La estructura psíquica (psicosis desencadenada) desarmada de Cecilia la hace vivir la presencia de personas extrañas como perseguidores. Para ella quedar encerrada en compañía de su esposo e hijo menor, durante la cuarentena, fue una solución para sus sufrimientos psicóticos. Aparentemente, advino la pacificación con la reducción de lazo social establecido con personas no familiares. Con el re-establecimiento de la convivencia con el esposo, se recompuso su escenario social.

¿Cuál es la posición subjetiva de Cecilia? Ella enuncia, desde su estructura, que la apacigua prescindir de la compañía de otras personas, excepto de su esposo e hijo menor. De lo contrario, el perseguidor aparece. Ella así se siente protegida del otro perseguidor viviendo al lado de estos familiares. El hijo mayor pasó a formar parte del enemigo con el que ella evita el encuentro. ¿Cuál es la demanda de Cecilia? Ella demanda soledad y demanda la presencia de su esposo e hijo mayor para conjurar y ahuyentar la irrupción de voces e insectos.

En el caso de Lena y de Olga, cuyas estructuras psíquicas probablemente son neuróticas, ellas se enfrentan al sinsentido de la muerte de un hijo(a), que es lo indecible. El vacío que deja el fallecimiento las deja sin recursos para encarar la vida. Se sienten solas, a pesar de que no están solas. En ambos casos, se trata de mujeres cuyos familiares las apoyan y acompañan en su dolor. En realidad, sufren por la pérdida de ese hijo(a) en el que ellas tenían un lugar, un significado. La muerte o pérdida de este ser querido ha deteriorado su escenario familiar y también su bienestar. Ambas mujeres habían colocado una gran carga libidinal en sus hijos y, ante la muerte de ellos, se hacía insoportable el proceso de recuperación de esa carga libidinal puesta en esos hijos, tan difícil que surgía la culpa, la negación, el sufrimiento. Se evidencia la imposibilidad de apalabrar la experiencia de la pérdida y recuperarse emocionalmente.

¿Cómo encara cada una de estas mujeres el sufrimiento provocado por la soledad? Cada una de ellas lo encara a su manera y de acuerdo a su estructura psíquica.

Cecilia sufre por el sinsentido de las voces que la habitan. Eso le provoca soledad. Ella soluciona su sufrimiento con la compañía de su esposo e hijo menor en un encierro autoimpuesto luego de la pandemia, reduciendo al máximo su contacto social. Podría decirse que se evidencia un deterioro notable de su lazo social, así como de su capacidad de locomoción independiente. Ella requiere de permanente compañía. A pesar de esta actitud de enclaustramiento, su condición emocional ha mejorado notablemente y su sufrimiento psíquico ha disminuido. Ella prefiere vivir con el menor contacto social posible.

Lena y Olga han logrado conservar sus lazos sociales y se encuentran sin disminución física, con locomoción independiente. Lena no ha abandonado la actividad comercial, por el contrario, pretende crecer con otras inversiones, en compañía de su hija mayor. Olga ha continuado con el cuidado de su nieta junto a su esposo. Cecilia, a diferencia de Lena y Olga, adolece de fragilidad psíquica, esto se debe a que tiene una estructura psíquica diferente de la de las otras dos mujeres de edad.

Aparentemente, el significante que se repite en el sufrimiento de Lena y Olga es el significante “hijo menor”, para Lena; para Olga, el de “hija-madre”. Por su parte, Cecilia es atormentada por voces que vituperan contra ella, se trata de significantes insultantes que la perturban. Ese bullicio de voces que la insultan debe ser acallado con la presencia de un hombre que la proteja (su esposo o su hijo menor).

El desamparo que viven las tres mujeres es provocado por la irrupción de algo que les provoca angustia. El desamparo de Cecilia es un desamparo provocado porque algo se ha roto en su estructura, una estructura psíquica que se desarmó cuando perdió la actividad laboral, el aprecio y reconocimiento de las personas. ¿Qué pierde? Pierde el quehacer que le permitía encarar o armar su vida y significarla bien. Luego, la compañía del esposo y del hijo menor fueron los recursos tal vez sustitutivos de los anteriores (el ejercicio profesional). Por el contrario, Lena y Olga tienen una estructura psíquica que les permite reconstituirse por sí mismas de la pérdida dolorosa de un hijo(a). La demanda de Lena y Olga es de amor, ellas quieren a sus hijos vivos para que las amen. En cambio, Cecilia –por su estructura– no demanda amor sino servicio de fieles secretarios para escuchar sus palabras de certeza y para materializar sus órdenes. Lena y Olga buscan comunicar y hacer comunidad familiar. Por el contrario, Cecilia busca excluirse de la comunidad social y no comunica. Ella ordena.

Las preocupaciones de la gerontología social, de la psicología y del psicoanálisis de orientación lacaniana en relación a la degradación inevitable de la vida “por los cambios tanto fisiológicos como funcionales que se producen en con el paso del tiempo” (Millán, 2011: 4) nos permiten entender cómo encaran las personas de edad el sufrimiento provocado por la soledad. En este sentido, los tres campos de saber a los que hacemos referencia se aproximan a lo que no se puede comunicar; por lo tanto, se sufre. La soledad no se puede comunicar, es una experiencia sin sentido, pero, cuando algo de eso se puede llevar a la palabra, el sufrimiento disminuye.

Los tres campos de saber apuestan por la vida y al establecimiento del lazo social. Y, por supuesto, no se puede apostar por la vida sin considerar de inicio la muerte. Entendida no solamente como el detenimiento de todas las funciones vitales del cuerpo sino, también, como el detenimiento de las actividades de la vida diaria de las personas y, consecuentemente, de su articulación social. Sentirse solo y estar solo son dimensiones de la soledad que pueden ir juntas o separadas y, de ellas, algo se puede llevar a la comunicación, no todo.

## **Conclusiones**

El diálogo entre diferentes campos de saber es imprescindible para entender el sufrimiento de una persona de edad por los embates del deterioro físico, psíquico y social, conforme a su historia personal.

La soledad se trata de una experiencia irrepresentable o incommunicable. Cuando algo de eso se puede comunicar, el sufrimiento se atenúa. Lo incommunicable es lo que no puede llevarse a la palabra.

La soledad tiene que ver con la pulsión de muerte, una pulsión opaca imposible de llevar a la representación simbólica y que causa sufrimiento.

La soledad tiene que ver con una vivencia de desamparo y, luego, aparece la demanda de amor al entorno social. Otras veces la demanda es sorda y ciega al amor, entonces no se comunican sino certezas.

Estar solo y sentirse solo pueden coincidir en unas ocasiones y en otras no. Es importante escuchar a cada persona de edad para saber desde qué posición subjetiva denuncia su sufrimiento por la soledad.

No necesariamente el lazo social es el remedio para encarar el sufrimiento por la soledad en personas de edad. A veces, la reducción del lazo social es un recurso que apacigua el sufrimiento por el desamparo psíquico, aunque parezca una contradicción.

Es importante considerar la dimensión de lo no comunicable en los estudios de la comunicación humana. Ignorar su existencia puede dar lugar a un peligroso recorte y atrabiliaria simplificación de los procesos comunicativos, todos ellos siempre muy complejos.

## Referencias

Aristóteles (1988). *La Política*. Madrid: Gredos. Recuperado el 23/09/2023 de: [https://bcn.gob.ar/uploads/ARISTOTELES,%20Politica%20\(Gredos\).pdf](https://bcn.gob.ar/uploads/ARISTOTELES,%20Politica%20(Gredos).pdf).

Bassols, Miquel (2015). *La soledad de la esfera*. Recuperado el 23/09/2023 de: <http://ampblog2006.blogspot.com/2015/08/la-soledad-de-la-esfera-por-miquel.html>.

BBVA (2022, 25 de mayo). *V.Completa. Mi largo viaje por la vida. Ramón Bayés, psicólogo y escritor* [Video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vSrjyUELkKM>.

Berenguer, Enric. (2018). *¿Cómo se construye un caso? Seminario teórico y clínico*. Barcelona: Ned Ediciones. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://blogs.ead.unlp.edu.ar/psicoterapia1/files/2020/05/Comoconstruiruncaso-Berenguer.pdf>.

Cardona, Jairo; María Villamil; Eucaris Henao; Angela Quintero (2009). "Concepto de soledad y percepción de su momento actual tiene el adulto mayor en el municipio de Bello, Colombia, 2007". *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 27(2), 53-163. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/fnsp/article/view/293/1866>.

Castillo, Gerardo (2021). *La inadvertida pandemia de la soledad*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.diariodelaltoaragon.es/noticias/opinion/2021/03/18/la-inadvertida-pandemia-de-la-soledad-1478475-daa.html>.

Defensoría del Pueblo de Bolivia (2020). *Resolución Defensorial N° DP/.AVEDH/04/2020 La Paz, 18 de mayo de 2020 (Informe Defensorial: Vulneración de derechos en centros de acogida de estadía para personas adultas mayores durante la cuarentena declarada por el Covid-19)*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.defensoria.gob.bo/uploads/files/informe-defensorial-de-vulneracion-de-derechos-en-centros-de-acogida-de-larga-estadia-para-personas-adultas-mayores-durante-la-cuarentena-declarada-por-el-covid-19.pdf>.

DECEL (Diccionario Etimológico Castellano En Línea). Recuperado el 17/02/2023 de: <https://etimologias.dechile.net/?soledad>.

Fernández, Abel (2004). “Psicoanálisis en la vejez: cuando el cuerpo se hace biografía y narración”. *Revista Uruguaya de Psicoanálisis*, 99, 169-182. Recuperado el 23/09/2023 de: <http://publicaciones.apuruguay.org/index.php/rup/article/view/1516>.

Ferranti, Valéria (2020). *Soledad*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.lacan21.com/sitio/soledad/>.

Freud, Sigmund (2011). *Consideraciones de actualidad sobre la guerra y la muerte*. Edición electrónica Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Recuperado el 23/09/2023 de: <http://espaciodevenir.com/documentos/freud-de-guerra-y-muerte.pdf>.

———. (2019). *Más allá del principio del placer. 1920*. Edición electrónica Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.philosophia.cl/biblioteca/freud/Freud%20-%201920%20-%20Mas%20alla%20del%20principio%20del%20placer.pdf>.

García Márquez, Gabriel. (2014) [1982]. “La soledad de América Latina”. *Cuadernos Americanos. Nueva Época*, 2(148), 209-214.

García, Silvia (2021). “Japón crea el Ministerio de la Soledad para combatir los suicidios”. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://culturainquieta.com/es/inspiring/item/18167-japon-crea-el-ministerio-de-la-soledad-para-combatir-los-suicidios.html#:~:text=Jap%C3%B3n%20ha%20creado%20un%20Ministerio,est%C3%A1%20en%20una%20tendencia%20creciente%22>.

Hernández, Verónica; Karen Iniestra; Perla Martínez (2015). *Sufrimiento en el adulto mayor: causas y soluciones. Un análisis por sexo* [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma del Estado de México. [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/66619/TESIS\\_FINAL\\_EVALUACION-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y..](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/66619/TESIS_FINAL_EVALUACION-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y..)

Iacub, Ricardo (2001). “Historia del discurso psicoanalítico sobre la vejez: la regresión”. *Tiempo. Revista de Psicogerontología*, 7, 1-10. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.psicomundo.com/tiempo/tiempo7/discurso.htm>

INE (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia) (2019). *Estudio Post-Censal del Adulto Mayor. Estado de situación de los adultos mayores en Bolivia*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://nube.ine.gob.bo/index.php/s/vU7B4OfefjWA5ht/download>.

Jimenez, Edwin (2020). *Abandono familiar del adulto mayor en el Hogar San Ramón asistido por la Congregación Religiosa Hermanitas de los Ancianos Desamparados*. [Trabajo Dirigido PETAENG 2019. Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio UMSA. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24756/TSOC397.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Jiménez, Fernando; Ángel Sahagún (2020). “Me debo adaptar a la vida’: un análisis lacaniano de discurso sobre la vida en la vejez”. *Uaricha, Revista de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, 17, 60-70. Recuperado el 23/09/2023 de: <http://www.revistauaricha.umich.mx/index.php/urp/article/view/329/264>.

Kait, Gabriela (2005). *La angustia y el objeto causa del deseo*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

Lacan, Jacques (2009). *Escritos 2*. México: Siglo XXI. Recuperado el 23/9/2023 de: <https://espaciopsicopatologico.files.wordpress.com/2017/02/escritos-2-jacques-lacan.pdf>

———. (2018). *El seminario de Jacques Lacan : libro 17. El reverso del psicoanálisis 1969-1970*. Buenos Aires: Paidós SAICF. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://forodelcampolacanianodevenezuela.files.wordpress.com/2018/09/el-seminario-17-el-reverso-del-psicoanálisis-jacques-lacan.pdf>.

laSexta Noticias (2019, 19 de marzo ). *Un problema que no se ve: la soledad de los mayores*. [Video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xghhn6op-fQ>.

Laurent, Éric. (2009). “El reverso del lazo y la AMP”, en VV. AA., *El reverso de la vida contemporánea. Clínica y política del psicoanálisis* (11-24). Lima: Nueva Escuela Lacaniana, NEL-Lima.

Linietsky, Sergio. (2003). “Hay de lo uno”. Lo experimental, en C. E. Aires, *Apuntes para una epistemología psicoanalítica. Colegio Epistemológico y Experimental* (27-44). Buenos Aires: ICBA.

Loray, Alejandra (2019). *Discurso, sujeto y lazo social*. Buenos Aires: Grama Ediciones.

Mena, Mónica (2022). *Día Internacional de las Personas de Edad. Cerca del 10 % de la población mundial tiene más de 65 años*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://es.statista.com/grafico/23071/poblacion-mayor-de-65-anos-como-porcentaje-de-la-poblacion-mundial-total/>.

Millán, José Carlos (2011). “Envejecimiento y calidad de vida”. *Revista Galega de Economía*, 20, 1-13. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39121275006.pdf>.

Miller, Jacques-Alain (1997). *Introducción al método psicoanalítico*. Buenos Aires: Paidós.

———. (2011). *Sutilezas analíticas*. Buenos Aires: Paidós.

Rodríguez, Marta (2009). “La soledad en el anciano”. *GEROKOMOS, Revista de la Sociedad Española de Enfermería Geriátrica y Gerontológica*, 20 (4), 159-166. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://scielo.isciii.es/pdf/geroko/v20n4/comunicacion2.pdf>.

Sanchez, Escarlata (2018). *El Reino Unido crea un Ministerio de la Soledad*. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://es.euronews.com/2018/01/18/el-reino-unido-crea-un-ministerio-de-la-soledad>.

Sotelo , Inés (2022). “La vida y su goce”. *Virtualia. Revista Digital de la EOL*, XVI (41), 8-12. Recuperado el 23/09/2023 de: <https://www.revistavirtualia.com/articulos/920/vida-y-muerte-en-psicoanálisis/la-vida-y-su-goce>.

**Ensayos**



# Hacia una comunicología del tiempo social

## Notas para un programa de estudios

Jesús Galindo Cáceres  
arewara@gmail.com

### Resumen

El ensayo hace una reflexión sobre el tiempo social como articulación del presente, el pasado y el futuro, y sobre la percepción del tiempo en analogía con el comportamiento de la luz como onda o como corpúsculos; propone la existencia de un tiempo corpuscular cotidiano y de un tiempo onda como una totalidad en movimiento. Las diferentes formas de percibir el tiempo social están vinculadas con la memoria y los sistemas de información específicos que pasan de una región social a otra y de generación en generación, tales, por ejemplo, como la industria de la música popular, que acaba definiendo los ritmos y contenidos de la vida emocional de los actores sociales. El tiempo social es tiempo implicado (un tiempo situacional que se vive en un aquí y ahora), y es tiempo explicado (tal como se lo estudia, programa y organiza en la ingeniería, la comunicología o en la composición de canciones). El tiempo explicado (hoy articulado a la tecnología y a las máquinas) llega a modificar el tiempo implicado, tanto en su organización cotidiana como en la forma en que se entienden el presente, el pasado y el futuro.

*Palabras clave:* Tiempo social; comunicología; cultura pop; tiempo implicado; tiempo explicado.

### Towards a communicology of social time: Notes for a research program

*Abstract.* This essay reflects on social time as an articulation of the present, the past and the future, and on the perception of time in analogy with the behavior of light as a wave or as corpuscles; it proposes the existence of an everyday corpuscular time and of a wave time as a totality in movement. The different ways of perceiving social time are linked to memory and specific information systems that pass from one social region to another and from generation to generation, such, for example, as the popular music industry, which ends up defining the rhythms and contents of the emotional life of social actors. Social time is implied time (a situational time that is lived in the here and now), and it is explained time (as it is studied, programmed and organized in engineering, communicology or songwriting). Explained time (today articulated to technology and machines) comes to modify implied time, both in its daily organization and in the way in which the present, the past and the future are understood.

*Keywords:* social time; communicology; pop culture; implied time; explained time.

## **Rumo a uma Comunicologia do Tempo Social: Notas para um programa de estudos**

O ensaio promove uma reflexão sobre o tempo social como articulação entre o presente, o passado e o futuro, e sobre a percepção do tempo em analogia com o comportamento da luz como uma onda ou como corpúsculos; propõe a existência do tempo corpuscular cotidiano e do tempo da onda como uma totalidade em movimento. As diferentes formas de perceber o tempo social estão ligadas à memória e aos sistemas de informação específicos que passam de uma região social para outra e de geração em geração, como, por exemplo, a indústria da música popular, que acaba definindo os ritmos e os conteúdos da vida emocional dos atores sociais. O tempo social é o tempo implicado (um tempo situacional que é vivido no aqui e agora) e é o tempo explicado (conforme é estudado, programado e organizado na engenharia, na comunicação ou na composição de músicas). O tempo explicado (hoje articulado com a tecnologia e as máquinas) modifica o tempo implicado, tanto em sua organização cotidiana quanto na maneira como o presente, o passado e o futuro são compreendidos. Palavras-chave: tempo social; comunicologia; cultura pop; tempo implícito; tempo explicado.

*Palavras-chave:* Tempo social; comunicologia; cultura pop; tempo implicado; tempo explicado.

### **Presentación**

Quizás lo que trajo la conciencia del tiempo como una revolución cognitiva antropológica fue la percepción de la muerte. El tiempo está construido a partir de la visión del límite de lo posible, la vida acaba, la muerte es inevitable. Todos estos temas están asociados, el tiempo, la muerte, el límite, lo posible. A partir de esta matriz aparece la configuración de las diversas versiones sobre este paquete de asuntos. En algunas de esas versiones el futuro tiene un lugar privilegiado, protagonista; ocupa el sitio de honor en el pensamiento sobre el tiempo; el futuro es el lugar en donde todo puede pasar, en donde podemos hacer que suceda, en donde duerme el límite con su sonrisa previa a la dentellada.

El antiguo Egipto aparece ante nosotros como una civilización en donde el tiempo estuvo al centro. La eternidad como horizonte, la inmortalidad como objetivo, vencer a la entropía. Un afán casi poético, también arrogante, necio. Si existe la inmortalidad, y si es posible en algún escenario vencer al tiempo, eso no parece ser parte de nuestra circunstancia y vocación. Lo cual no evita que aquellos sueños sigan vigentes en diversas formas y búsquedas. Tal vez la versión actual más evidente es la de diseñar un futuro sin límite, un futuro en donde seguiremos presentes, algunos, los elegidos, un futuro en donde la muerte desaparece, la eternidad es un acompañante cotidiano, un futuro en donde el tiempo es vencido, el tiempo que nos limita, otro tiempo, distinto aparece, algo que podemos imaginar ahora.

La imagen que puede presentar la forma de lo que está en juego hoy día es aquella del corpúsculo y la onda de cierta física del siglo veinte. La imagen estaba construida para enfatizar la importancia del observador en la construcción de la información sobre lo observado. La luz se comporta como corpúsculo si el observador la percibe en esa forma. La luz se comporta como onda si el observador la percibe en esa forma. Parece simple, de fondo hay una ruptura epistemológica grave. Somos lo que podemos percibir, pero lo que percibimos nos construye. ¿Qué sabemos del poder de la percepción? Adelantando la

imagen del corpúsculo y la onda hacia la percepción del tiempo podríamos afirmar que tenemos una visión del tiempo corpuscular, y que es posible una visión del tiempo como onda. ¿Cómo sería esto?

Nuestro sentido común ha sido construido bajo la figura de un tiempo corpuscular. Esta figura está tan arraigada que la tomamos como un hecho irrefutable. El pasado está atrás, ya no es, fue, el futuro está adelante, todavía no es, el presente está ubicado entre aquello que ya fue y aquello que aún no es. Una visión corpuscular, el pasado, el presente y el futuro son corpúsculos del tiempo uno detrás de otro. La totalidad de nuestras visiones temporales comunes se construyen de esta forma, y esas visiones se refuerzan en el arte, el periodismo, la política, la religión, la economía, en todo, o casi todo. ¿Podría ser de otra forma?

El tiempo onda no tiene un antes y un después, es una totalidad en movimiento. Desde nuestro sentido común este tiempo onda puede ser nombrado como un pasado, un presente y un futuro que acontecen en forma simultánea, siempre están aconteciendo. Todo lo que existe en el tiempo onda está ahí en forma continua y al mismo tiempo discontinua. Por una parte, si miramos el tema como una espacialización del tiempo lo comprendemos. De la misma forma en que allá es contemporáneo de acá, lo percibamos o no, lo lleguemos a conocer o no, también el pasado y el futuro están sucediendo en forma simultánea, lo percibamos o no en nuestro presente. Esta forma onda de percepción del tiempo trae consigo una posible tecnología social del tiempo que nos es extraña por ahora, pero puede ser el corazón de un nuevo sentido común en algún escenario todavía incierto. ¿Qué hace falta para que algo así suceda?

El punto constructivo puede partir de la experiencia. Sabemos que una mosca vive más aprisa que un ser humano, que una tortuga vive más lento que un ser humano. En sentido estricto, viven en tiempos vitales distintos, tramados en una estructura de percepción temporal humana que los percibe como simultáneos y contemporáneos. El tema no termina ahí. Un campesino poco urbanizado tiene una sensación percepción del tiempo distinta que un ejecutivo altamente urbanizado que trabaja en una empresa en línea. Y hay más, un abuelo no vive su experiencia del tiempo en forma idéntica a un niño. Y así siguen diversidades y diferencias, por género, educación, tradición cultural, y otros aspectos. Sabemos que la percepción del tiempo social no es homogénea, que no se vive en forma idéntica el tiempo social en todos los agentes que lo perciben.

Fascinante es la visión del tiempo social tal como lo miramos desde la perspectiva de la vida religiosa, actual y de tiempos milenarios. La mitología agrega más sutilezas a todo este entramado de visiones. Las teorías físicas contemporáneas han agudizado, para los que pretenden comprenderlas, todo este mapa de visiones posibles. Digamos en breve que el tiempo, el tiempo social, son asuntos que hoy tienen un bagaje amplio para ordenar y desentrañar.

Un último apunte introductorio. Hay regiones y momentos de la vida social, grupal e individual, que están más cargados al pasado o al futuro; algunas visiones religiosas y místicas cargan la vivencia del tiempo en el presente. Los dueños del pasado son los administradores de las tradiciones y los usos y costumbre; los diseñadores del futuro son los empresarios, los revolucionarios, los apasionados de lo posible y lo improbable. El tiempo social tiene partidarios, y una arena en donde se combate por cierta forma de vida. Aquí necesitamos darle una mirada a estas posturas y actitudes, y quizás tomar partido; quizás no sea necesario, quizás sea irrelevante.

## I. **El tiempo, aliado y némesis**

Quizás a la experiencia más sustantiva posible podemos calificarla de estética; es una vivencia en la cual el presente se expande, en donde las conexiones con el entorno se multiplican y se hacen más intensas. Hay un tiempo social en que la vida solo sucede, acontece, pasa, y otro tiempo social en donde la vida parece detenerse por un momento en su fluido cotidiano y el mundo está ahí. ¿Cómo que está ahí? Sí, está ahí. En la vida ordinaria, el mundo no está ahí. Es un telón de fondo, es algo de lo cual tenemos cierta imagen, cierta idea, y al vivir el orden cotidiano de los acontecimientos solo proyectamos ese lugar común y no vemos, no sentimos más allá, el mundo ordinario es ese lugar común. Lo que sucede en la experiencia estética es que el mundo aparece más allá de ese lugar común, y lo contemplamos, lo dejamos penetrar nuestra percepción, en lugar de estar aislados como casi siempre, estamos conectados, somos uno con el mundo más allá, y se siente bien, y somos mejores personas, y parece que podemos ser una mejor versión de nosotros mismos. El punto de inflexión es el tiempo, la vivencia del tiempo, el tiempo como una totalidad frente al tiempo como un flujo vertiginoso que se nos va como agua entre los dedos.

Hay experiencias totales del tiempo expandido; son escasas. Algunos, quizás muchos, demasiados, nunca tienen una. Lo ordinario es vivir dentro de un programa de acontecimientos preestablecido; solo vamos cumpliendo con el guion, desde lo particular del día a día, dentro del programa general que nos lleva de la infancia a la muerte. Tiempo preestablecido que nos permite planear en apariencia, hacer previsiones, asumir consuelos, tener ambiciones. Todo eso está preestablecido en programas de comportamiento, tiempo programado. El cuadro se completa cuando convivimos con otros que viven dentro de programas similares, o los mismos, lo más probable, el tiempo social entonces se cumple en su dimensión más compleja y paradójica, multitudes coincidiendo en programas que los asocian, que los articulan, dentro de programas temporales externos, que todos vamos interiorizando hasta hacerlos nuestros dándoles vida. Ellos viven en nosotros, nosotros somos el envase, el cuerpo físico. La temporalidad social ordinaria es una gigantesca obra de teatro en que cada quien tiene su papel y su momento, y los problemas, los conflictos, vienen de no conocer bien el papel y no actuar en el momento adecuado en la forma prevista. Llamamos libertad en forma confusa a la incapacidad de cumplir con el programa, al olvido de nuestros papeles, a la ignorancia del papel de los otros.

Por una parte, está el orden del tiempo social prescrito con sus ajustes, sus rupturas, su continuidad; por otra parte, está el contrapunto de la experiencia estética, la vivencia del tiempo expandido. El continuo del tiempo social programado tiene tres cursos de acontecimientos. Uno es el básico, cuando los actores sociales solo viven lo que está prescrito, así lo asumen, y viven en consecuencia. Este primer curso configura lo que conocemos como la cultura en forma general. Hay civilizaciones que han vivido siglos, casi milenios dentro de forma de tiempo programado; cumplir con el programa les ha traído condiciones de subsistencia y desarrollo. Es la forma fundamental en como se reproduce la vida social, aun dentro de su aparente movimiento, como sucede en algunas regiones de lo social en nuestro momento actual programadas por el mercado y el consumo. Los otros dos cursos son también parte de la programación general. El curso de la felicidad es

uno de ellos, es cuando el actor social cumple con las expectativas de lo programado y es gratificado, se siente bien, vive lo que llamamos la alegría de vivir. Terminar la educación formal, adquirir un empleo seguro, tener dinero para comprar lo que le ofrecen como deseable, conocer y vincularse a alguien atractivo, viajar con lujo, y otros acontecimientos según el programa que corresponda. En esos momentos de gratificación vive una intensidad energética que podría confundirse con la experiencia estética, pero no son comparables más que en la intensidad, en el tiempo programado la intensidad es parte del programa, en el tiempo expandido la intensidad está fuera del programa, lo cual tiene consecuencias, como veremos en unos párrafos más. El tercer curso es muy llamativo y común, el curso de la tristeza.

Cuando no se obtiene lo que el tiempo programado ha prometido, entonces el actor social se siente mal, vive una intensidad oscura, desilusión y desencanto, frustración, rabia, enojo, agresividad. En nuestro mundo contemporáneo el curso de la tristeza es convergente con el curso de la felicidad; para que uno suceda, el de la felicidad, es necesario que el otro suceda, el de la tristeza. Los cursos temporales programados son complementarios, los tres. El resultado final de la asociación entre los tres cursos permite la estabilidad dinámica de todo el sistema social. El gran recurso del tiempo social programado es la esperanza y el deseo. Si los actores sociales mantienen los programas temporales con esperanza y deseo, todo el sistema temporal social se mantiene y se reproduce.

¿Y la experiencia estética? Es un accidente o un evento producto de una inversión de energía especial en un tiempo programado superado. Es decir, puede suceder por condiciones de organización cognitiva de los actores sociales que resultan en una vivencia no programada dentro del tiempo programado, o puede suceder porque la voluntad de los actores sociales posibilita su emergencia en el esfuerzo de alterar su incorporación cotidiana ordinaria al tiempo programado. El tiempo expandido trae consigo la desaparición del tiempo programado, en forma coyuntural o en forma permanente. El primer efecto del tiempo expandido es percibir al tiempo programado, es darse cuenta de que la vida social tiene la forma del tiempo programado; la consecuencia de este acontecimiento puede ser variable. Puede llevar al deseo de romper con el tiempo programado de los demás, puede llevar a desear vivir fuera del tiempo programado en forma permanente, puede convertir al sujeto en un actor que vive en apariencia dentro del tiempo programado, pero ya no forma parte de él.

¿Cuántas historias posibles hay para ejemplificar este contraste y presencia del tiempo lineal y el tiempo expandido? Son las historias de nuestras vidas, son las historias de los actores sociales que vivimos en este mundo social. Son nuestras historias.

## II. Creatividad y determinación

Empecemos entonces por el principio; la vida del tiempo social depende de la memoria y su persistencia. Una primera pregunta general es sobre este rasgo peculiar de nuestra existencia, por qué algunos acontecimientos solo suceden y desaparecen por completo y otros se mantienen presentes incluso a través de varias generaciones. Los antiguos sabían que la inmortalidad está hecha de esta memoria que vence al olvido, aun transformándose,

y nos afecta mucho tiempo después de que los acontecimientos sucedieran en su forma original. Y aquí aparece otras preguntas elementales: ¿cómo es que algunos acontecimientos permanecen en una forma muy similar al suceso original? ¿Cómo es que se fijan en una forma distinta a la original?, y ¿cómo es que mutan a través del tiempo?

La pregunta sobre el efecto que tiene la memoria sobre la vida es el centro de este breve apunte. Lo primero que haremos será observar cómo sucede; después veremos algo sobre el efecto que tiene. El pasado prescribe al presente y al futuro, esta sería la tesis básica general, sucede desde la forma biológica. La información genética tiene una historia y persiste en el tiempo, prescribe al presente, prescribe al futuro. El origen de esa forma es una de las grandes preguntas de la biología y la cosmología, y el cómo se estabiliza y se reproduce es la segunda parte de la observación y comprensión del fenómeno. El pasado tiene las respuestas a nuestras preguntas sobre el presente; el punto es cómo nos acercamos a él además de padecer su efecto, cómo lo conocemos, y qué hacemos con ese conocimiento.

Algo similar sucede con el tiempo social, la figura de la semejanza no es solo una coincidencia caprichosa, o un ardid de la ignorancia con prisa; todo parte de la importancia del efecto del pasado sobre el presente. En Ingeniería en Comunicación Social llamamos sistemas de información a las formas que de manera estable prescriben al presente desde el pasado. Nuestros gustos gastronómicos, nuestras costumbres sexuales y afectivas, nuestros rituales de interacción, nuestras formas de agruparnos o separarnos, todo eso se puede observar como sistemas de información específicos que pasan de región social en región social y de generación en generación. Y ahí aparecen las preguntas generales nuevamente, por qué algunos comportamientos desaparecen, por qué otros persisten, cómo es que cambian algunos, cómo es que sucede todo el proceso.

Con los sistemas de información que prescriben al presente desde el pasado estamos nombrando el gran fenómeno del tiempo social, la determinación de lo previo sobre lo actual, eso que la antropología nombra como cultura, eso que la sociología observa como socialización, eso que ambas nombran como vida institucional, como ritual, como costumbre, como norma social. La Ingeniería en Comunicación Social estudia a los sistemas de información como formas construidas en el pasado que determinan al presente. Y todo, todo nuestro comportamiento y actividad social está configurado por ciertos sistemas de información que nos determinan, que podemos conocer, y podemos alterar a voluntad en ciertas condiciones.

Pero el mundo cambia, y esa es la pregunta fundamental entre todas las preguntas fundamentales: ¿por qué cambia la vida? La respuesta general es: porque el tiempo la modifica. A lo largo de una vida individual vamos percibiendo el devenir, ese devenir se sedimenta en nuestra percepción, nuestra memoria, modifica la imaginación sobre lo que no hemos vivido y podríamos vivir. Lo mismo sucede a nivel colectivo, el tiempo, el acontecer en el devenir, el tiempo social, van afectando la percepción colectiva, la modifican, la modulan, la transforman. Y si el devenir, la flecha del tiempo de los físicos, no puede ser detenido, por qué la vida cambia. Ambas preguntas son caras de la misma moneda, el tiempo social.

Entonces tenemos que la propia marcha de los acontecimientos es la primera causa del cambio en la percepción del mundo. Pero en forma simultánea existe la necesidad de

que el mundo no cambie, de que se establezca en ciertas formas, producto de los sistemas de información que las configuran, y eso trae consigo la intención de vencer la inercia del cambio. Interesante, la vida social puede verse en forma convergente como el encuentro de una fuerza que viene del pasado y determina que el tiempo social se reproduzca, y otra fuerza que emerge en el presente, que altera al pasado y lo cambia.

Lo que llamamos vida institucional es la figura general de custodia del pasado; prescribe normas, cierto tipo de formas de los sistemas de información, para que cierto pasado o pasados permanezcan. Esa es la figura general de la moral, y de lo que los antropólogos nombran como usos y costumbres. La institucionalidad custodia, también vigila, castiga, excluye, hace todo lo necesario para mantener ciertos sistemas de información vigentes. En este sentido el futuro es previsible, es una repetición de algún pasado resguardado por la institucionalidad de ciertos sistemas de información.

Pero decíamos hace un momento que el mundo cambia por la fuerza del presente, por la fuerza de la sucesión de presentes. Es el presente el que altera al pasado, y en ese sentido el futuro se abre, el campo de lo posible es entonces incertidumbre y novedad, sorpresa y espanto. El presente está configurado en lo que en Ingeniería en Comunicación Social nombramos como sistemas de comunicación. ¿Qué son los sistemas de comunicación? Son los sistemas de información, los pasados, viviendo en forma simultánea aquí y ahora, en esa situación interactúan, se contaminan, se reorganizan, se transforman. La vida social institucional pone mucha atención a unos sistemas de información, a otros menos, a algunos no los percibe, pero están ahí, interactuando. En esta vigilancia con fracturas, en ese espacio de afectación no controlada, ahí cambia el mundo. A todo este juego de interacciones que es la forma general del presente, de los presentes, lo llamamos en Ingeniería en Comunicación Social sistemas de comunicación.

Es decir, el presente siempre está siendo una ejecución de formas del pasado, en esa configuración todos los pasados que se integran en sistemas de información están determinando al presente y, por otra parte, esos mismos pasados integrados en sistemas de información, interactúan entre sí y con nuevos sistemas de información ajenos a la trayectoria genealógica, y en esa configuración interactiva, producen el cambio social. El pasado es la clave de todo este ejercicio analítico, el presente como un futuro pasado es su consecuencia, el futuro es una versión de ciertos pasados lejanos, o medianamente lejanos, y de presentes pasados que alteran a los pasados lejanos o medianamente lejanos. El punto es entender cómo sucede todo esto y, en el sentido de la Ingeniería Social, decidir a conveniencia qué pasados preservo, y qué presentes promuevo, para producir, inactivar, futuros muy parecidos a ciertos pasados, o muy distintos. Al presente configurado a voluntad para producir futuros alternos a los pasados le llamamos en Ingeniería Social creatividad social.

### III. El tiempo implicado y el tiempo explicado

Todo parte del cuerpo, del cuerpo en situación. El actor social es un sujeto de la acción en interacción articulación en el tiempo y el espacio. Es decir, en el patrón situacional en que los humanos nos hemos construido, el actor social es parte del flujo del movimiento, de la entropía que nos lleva individualmente a la muerte y colectivamente a algo más. Un

individuo es depositario del tiempo social que hereda, es ese tiempo transcurrido vivido en una situación concreta, en un aquí y ahora. En tanto que la vida transcurre el individuo pone en escena al tiempo social de otros, lo heredado, lo socializado, la cultura recibida. En esta configuración se mueve en dos tiempos, un tiempo situacional, el aquí y ahora constante y continuo, y un tiempo estructural, el tiempo de la memoria y la imaginación, el tiempo social que produce su percepción. Al primer tiempo lo llamamos aquí tiempo implicado, al segundo tiempo lo llamamos tiempo explicado.

La figura de estos dos tiempos es analítica y una hipótesis metodológica constructiva. De todo lo que puede ser nombrando en la relación entre el aquí y el ahora y el aquí y ahora que ya es huella u olvido, y el aquí y el ahora que es posibilidad y prospectiva, aquí se señalan por conveniencia analítica solo algunos aspectos constructivos. Vivimos en un tiempo social que siempre es presente, de acuerdo a nuestra construcción civilizatoria, pero formamos parte de un tiempo social que se expande hacia todas partes en el pasado y el futuro, y hacia los presentes contemporáneos a nuestro presente situacional, nuestro aquí y ahora. Solo una parte del tiempo extenso forma parte de nuestro tiempo situacional, solo estamos articulados a ciertos elementos de un relato histórico y un relato sobre lo contemporáneo. Y así vivimos, esa es la configuración básica de nuestro estar en el mundo en forma consciente y en acción.

Cada acción que realizamos en el momento situacional, aquí y ahora, está asociada a un esquema estructural de consistencia temporal-espacial, la configuración básica de lo que toca hacer a cada momento. Contamos con cierta formación-información para movernos en nuestra línea del tiempo prescrita por las formas temporales seleccionadas por nuestra institucionalidad para vivir en sociedad. Ah... pero esta construcción no solo es estable y determinante; también puede cambiar. Podemos articular nuestro tiempo situacional a más tiempo extendido del que nos corresponde en cierto momento, y con ello modificamos nuestra percepción, nuestra memoria y nuestra imaginación; entonces podemos cambiar nuestra trayectoria y ser otros distintos a la prescripción temporal social de nuestro nicho social de vida.

El asunto es fascinante y tiene muchas variantes y aspectos por considerar. Aquí apuntaremos solo una parte de este perfil general del tiempo social. El tiempo implicado es el presente, el que opera en la acción situacional. Veamos la situación como un doble cono, en la punta de un cono está el presente de cualquier actor, y hacia atrás está la historia del mundo del cual forma parte y que lo ha conformado. Todo ese tiempo está presente en cada acción, pero no todo está operando en forma organizada y constructiva. Cada actor social tiene una versión de todo lo que está incluido en el cono, y todos los actores sociales de una región temporal comparten cierta versión común de todo lo que está en el cono que los determina. Ese es el tiempo implicado, la complejidad del tiempo social de todos nuestros ancestros operando en una versión particular en cada acción de nuestras vidas sociales individuales. Algo similar ocurre con el otro cono, la punta está en el presente, el resto del cono se proyecta hacia el futuro, nuestras acciones tienen consecuencias diversas constructivas de mundos posibles y probables. De todo lo que está en el cono solo una línea selectiva será el futuro que nos tocará vivir. El tiempo implicado es el presente, nuestra vida la vivimos en principio en un presente constante en donde esos conos están implicados, nuestra acción actualiza ciertas articulaciones del pasado

y del futuro, el ritual es una de esas formas de actualización; la creación vital es una forma alterna.

Algo similar y complementario sucede con el tiempo contemporáneo colectivo, lo que sucede al mismo tiempo que lo que nos sucede a nosotros, pero en líneas genealógicas distintas y alternas a la nuestra. Hay un tiempo contemporáneo que incluye a todo el mundo posible en que estamos situados; por ejemplo, la ciudad, el país, el planeta, y de todo ese tiempo contemporáneo solo una parte es la que está presente y actuando en la acción situación del presente, nuestro presente, nuestro aquí y ahora. Los dos tiempos implicados se complementan y se complejizan uno al otro, el de la línea del tiempo genealógico, y el de la situación en la que vivimos en un aquí y ahora contemporáneo a otras líneas genealógicas temporales simultáneas y diversas a la nuestra.

La cosa se pone más interesante con la presencia del tiempo explicado. El tiempo explicado es pertinente ante la posibilidad de que otras partes de los conos del tiempo implicado se integren en nuestra configuración perceptual en el presente. Esto toma forma en lo que nombramos como información y conocimiento del mundo y de la historia del mundo en que vivimos. Con esta ampliación de los tiempos implicados operantes, nuestra perspectiva de acción se complejiza. Pero la cosa no es tan simple, aunque aparezca en esa forma. No es sencillo ampliar los tiempos implicados a través de conocer los tiempos explicados pasándolos a tiempos implicados. Algo así como ampliar nuestra conciencia del mundo en que vivimos. Y ampliar nuestra conciencia no nos hace mejores actores en consecuencia; como ejemplo está el mundo académico, que desarrolla programas de tiempo explicado, y eso no tiene por necesidad un efecto en los tiempos implicados sociales de los actores que entran en contacto con esos programas. El tema es fascinante: ¿cómo afecta el tiempo explicado de nuestros programas oficiales al tiempo implicado de la vida cotidiana de los actores sociales?

En este punto es importante señalar que los tiempos explicados son parte de nuestra vida diaria. La memoria, la atención, la inteligencia operan para que eso que llamamos experiencia se enriquezca; con ello ampliamos nuestros tiempos implicados con tiempos explicados, lo que nos permite no cometer los mismos errores, mejorar nuestro comportamiento, prever nuestro futuro individual con más y mejores recursos. El punto es que es posible sistematizar esta configuración para incrementar, empoderar, la perspectiva de acción de los actores sociales convencionales, por lo menos esa es una de las aspiraciones de la Ingeniería Social.

¿Cómo queda el tema del futuro en esta argumentación? Si todo parte del pasado, conocer y ordenar mejor al tiempo implicado, con más y mejores tiempos explicados, supondría que el futuro se percibe con mayor claridad; la posición táctica y estratégica de los actores sociales se enriquece, los futuros posibles se imaginan con mayor detalle, los caminos que llevan de ciertos pasados a ciertos futuros son más claros, y sobre todo, diversos.

Solo vivimos en el tiempo implicado, el presente situacional, pero no solo tenemos un tiempo implicado posible para vivir nuestra vida; el tiempo implicado puede cambiar, puede variar, y de ahí nuestra visión del pasado; lo que del pasado nos determina, también se modifica, y por tanto el futuro se mueve. Según el tiempo implicado enriquecido por el tiempo explicado, el futuro será uno u otro, muchos, posibles, sintetizables, imaginables, construibles.

El observador observa al pasado a partir de observaciones sobre ese pasado. Articula observaciones propias sobre ese pasado, pasados en plural. Construye y reconstruye una memoria del pasado a partir de observaciones del pasado, textos, testimonios, objetos. Los registros del pasado son claves para la labor de configuración del tiempo explicado. Todo esto es materia de metodología y tecnología del tiempo social.

#### IV. **Comunicación y articulación**

La visión constructiva con la cual se trabaja una perspectiva temporal de la vida es la comunicación. Esto se debe a la figura de la articulación. En la configuración de comunicación el evento observado, el sujeto observador, el contexto en el cual acontece la observación, están articulados, a lo cercano, a lo lejano, a lo presente y a lo ausente. La comunicación nos ofrece la posibilidad de observar toda esa trama y urdimbre de asociaciones; otra cosa es evaluar qué se articula más que qué, para lo cual hace falta un esfuerzo metodológico de exploración, análisis y percepción profunda, de todos los elementos que interactúan en una situación concreta y su mapa situacional de referencia.

Como puede apreciarse, la observación es la clave. El evento base para percibir el fenómeno de la comunicación es observar lo que está en juego y distinguir de qué manera está vinculado. En este sentido el tiempo aparece como algo que es causa de lo que sucede en el presente, y condición de lo que sucederá en el futuro. El tiempo social es una configuración de articulación, de comunicación, en donde el presente se articula con el pasado y con el futuro, y el pasado y el futuro se articulan con el presente. En una visión elemental contemporánea, el presente está condicionado por el pasado y es condición de posibilidad del futuro; el presente articula a todo el tiempo social. Esa matriz de articulación general o particular es comunicación. Articular es comunicar ese acontecer puede ser solo un evento que sucede por el movimiento mismo de la vida social, o puede ser un evento condicionado por el observador y su voluntad de acción en un sentido o en otro.

La comunicación es la configuración articuladora de cualquier elemento bajo observación. El espacio-tiempo de la articulación es de una manera cuando solo sucede bajo la percepción de ciertos patrones de acción, y de otra cuando esa percepción está enriquecida. En un caso los actores sociales solo perciben lo que los sistemas de información prescriptivos les permiten percibir; en el otro caso los actores sociales incrementan su percepción enriqueciendo su visión de los sistemas de información que los determinan, modificando en este sentido esa determinación. Esta alteración puede ser leve, puede ser efímera, puede ser parcial, pero también puede ser profunda, de largo alcance, de restructuración de regiones completas de la vida social. ¿Qué es lo que se está alterando? El tiempo social, articulado de cierta forma, o desarticulado en otra. El sistema campo de la comunicación se reproduce, o se modifica, y todo parte de la relación entre el observador y lo observado, entre la percepción simple o la percepción enriquecida de ese observador, entre la determinación casi total por los sistemas de información del pasado, o de la rearticulación de esos sistemas de información en el presente. Es decir, el pasado puede cambiar; solo así cambia el presente; solo así aparecen futuros posibles. Articulación y rearticulación de sistemas de información, reordenamiento del tiempo social, creación del cambio, o continuidad temporal.

La comunicación es la configuración articuladora de cualquier elemento imaginable bajo observación. Aquí el punto es metodológico. ¿Cómo representar a la matriz de comunicación social? Todo parte de la observación. El mundo conceptual que hemos construido para nombrar al mundo que nos rodea y en el cual vivimos, es ordenado en forma tal que se construyen asociaciones jerarquizadas, unas son más centrales que otras, unas son más importantes que otras, unas tienen más articulaciones que otras. Todo eso se construye a partir de la observación. Con tu mapa de etiquetas de una guía etnográfica, observas, completas el catálogo con nuevas etiquetas, y evalúas la importancia y centralidad de las articulaciones percibidas. Esto sucede a través de formas técnicas y del oficio analítico, o solo mediante la observación y la reflexividad del sentido común. En ambos casos las articulaciones quedan visibles y enriquecidas con observaciones. De ahí proviene la modificación de la configuración de sistemas de información en el sistema de comunicación. ¿Qué más sucede a partir de este ejercicio? El tiempo social se reconfigura, aparecen nuevas relaciones, desaparecen otras, el sistema de comunicación cambia, la vida cambia, el tiempo social cambia.

La comunicación articula al tiempo explicado en el tiempo implicado. El fenómeno del proceso observación-análisis, lo que hace es ampliar al tiempo explicado, ese tiempo explicado se implica en el tiempo implicado; el sujeto observador ya es otro como consecuencia de ese ejercicio. ¿Es automático el cambio del tiempo implicado en el proceso de rearticulación del tiempo explicado? No, no es automático, darse cuenta no lleva en forma causal al cambio. El cambio viene de la modificación del tiempo implicado cuando el tiempo explicado pasa a formar parte de él. El presente, tiempo implicado, siempre tiene presencia del tiempo explicado; lo que sucede con la metodología de percepción del tiempo social en el programa de Ingeniería en Comunicación Social es que en el proceso de enriquecimiento del tiempo explicado se va asimilando esa información en el sistema de comunicación, el presente perceptivo, y entonces sucede; el tiempo implicado es uno antes del proceso, y otro después del proceso. El trabajo con el tiempo social cambia a la vida.

¿Cuándo se verifica el cambio del tiempo social en el presente? Cuando las acciones que configuraban al sistema de comunicación previo ya no están, o no están en la misma forma, cuando aparecen otras acciones, o las anteriores tienen otro sentido. En la acción se reproduce el mundo social, en la acción cambia.

En todo este movimiento pasan más cosas, lo más importante de resaltar es el peso de la acción social, el corazón del tiempo social. Un accidente, un olvido, un error, en la realización de un patrón de acción puede motivar un cambio estructural parcial o mayor en el sistema de comunicación, sin proceso consciente del tiempo explicado. Lo que aquí se está enfatizando es el curso del cambio social cuando los actores sociales se hacen cargo del tiempo explicado para modificar su tiempo implicado, el cambio social se puede presentar sin esta intención consciente; aquí lo importante es subrayar que se puede presentar con la condición consciente de ampliar y reconfigurar al tiempo explicado para reordenar al tiempo implicado. Conocer el pasado y el futuro modifica el presente.

## V. **Un caso ejemplar desde una historia cultural construida por la Comunicología. El caso del pop, de la música**

Hay un tiempo explicado posible que tendría miles de años incluidos del pasado, y en el sentido de la epistemología del tiempo posible aquí presentada miles de años incluidos del futuro. Y aquí estamos, tramados por esa onda extensa de lo existente más allá de las coordenadas del sentido común. Millones de años de acontecimientos presentes en lo que entendemos hoy por ADN, los sistemas de información de la vida, o por la tabla periódica, los sistemas de información de la materia y la energía. En el caso del tiempo social también son miles de años por explorar en el tiempo explicado, que, incorporados en forma consciente al tiempo implicado, darían por resultado sorpresas increíbles. Ahí está ubicada la música, miles de años de vida oral, acompañando al proceso de humanización, entrañada en el proceso de hominización. ¿Cómo ha sucedido eso? ¿Qué podríamos saber? ¿Cuánto ignoramos? Y en los últimos tiempos la industrialización y el mundo eléctrico, ¿qué sucedió?, ¿cómo se ha continuado la historia humana acompañada por la música? ¿qué lugar ocupa la música en todo eso?, ¿qué ha sucedido con la etapa de la música industrial grabada?, ¿qué sigue?

La ecología social (sistemas de información en juego configurando la trama básica del sistema de comunicación) como tiempo extenso implicado en el presente, la historia cultural como tiempo implicado y como tiempo extenso y tiempo explicado posible. ¿Cuál es el contenido común en nuestro tiempo implicado del tiempo extenso mediado por la música, la lírica en particular? ¿Qué ha sucedido a lo largo de la Historia? La música y la historia social tienen un maridaje. ¿Cómo está articulado? Todo lo que nos determina en esa onda inmensa del tiempo extenso implicado en el presente puede ser explicitado en el tiempo explicado, cuando el tiempo extenso se hace visible y consciente. En toda esa trama la música tiene un lugar; la pregunta es cuánto nos ha afectado y de qué manera.

La industria musical como vector básico constituyente de la ecología social musical contemporánea es un reto, un objeto por comprender y desagregar parte a parte. Con la aparición de la industria musical y la presencia cotidiana y constante de la música grabada, la figura de la música en su tiempo extenso milenario o centenario parece difuminarse. Esto es cierto, pero también es cierto que cientos o miles de años de tiempo social extenso no desaparecen por completo. Aquí la pregunta es cómo siguen presentes, o será posible que el olvido pueda llegar a ser tan profundo que el resultado sea la inexistencia o algo parecido. ¿El tiempo social extenso musical desaparece ante el metabolismo de la industria musical contemporánea? Por otra parte, tenemos el ejercicio del tiempo explicado, la exploración casi arqueológica del tiempo extenso musical. En este sentido la práctica del recuerdo o del simple descubrimiento de algo olvidado puede tener un efecto reconfigurador de la percepción musical. Los historiadores de la música viven este proceso y lo comparten en sus escritos y conferencias; los que los escuchan, los que los leen también son transformados. Así que ahí queda la doble configuración del olvido y del recuerdo, y la pregunta por el efecto de la industria musical y el poder de su presencia.

*La música grabada como matriz temporal básica de la ecología social*

Musical es un punto de partida. La repetición y la extensión del archivo musical industrial es un necesario referente de lo implicado y lo extenso contemporáneo. Nunca en la historia humana tantos han escuchado tanta música, el responsable de este peculiar fenómeno es la industria musical de la grabación y la difusión masiva de esas grabaciones. Con internet el asunto lleva a otro nivel. La aceleración del metabolismo de escucha promovido por la vida digital lleva a una configuración paradójica. Por una parte, la situación de regiones sociales formateadas en su gusto musical por una eficaz presencia de la música industrial, algo que quizás tardaba generaciones en acontecer ahora sucede en meses, o en días; el fenómeno de la novedad lo lleva al increíble tiempo de unas cuantas horas; el éxito de una canción es hoy casi instantáneo. Por otra parte, la formación de una percepción musical impresionantemente compleja, debido a la variedad y a la cantidad de música que una sensibilidad curiosa y alerta puede recibir en unos cuantos meses o años. Así por una parte el tiempo social musical puede concentrarse y fijarse de tal manera que el fenómeno de la cultura *pop* opera en el formateo del gusto musical masivo en una configuración que desborda a la imaginación analítica. Y por otra parte, el tiempo social puede enriquecer al tiempo implicado con una conexión intensa y extensa al tiempo explicado musical. He aquí a dos personajes por entender al fondo: el sujeto consumidor estándar y el melómano gourmet.

La canción es el evento básico elemental del tiempo explicado que queda fijo y desde ahí determina. De todo lo que sucede en el gran sistema de información posible de la música y todos sus tiempos de composición, el de la canción popular es uno de los más atractivos. La canción popular de la industria musical tiene como primer objetivo gustar y promover ganancias económicas. Para que esto suceda necesita ser recibida por un sistema de comunicación, tiempo implicado, el presente social, que sea receptivo, que tenga una configuración tal que la nueva canción se articule a un gusto y sentido musical ya formados. Este es el juego delicado y sutil del éxito de una canción popular: ser suficientemente común para que la recepción sea fácil e inmediata, y tener la suficiente novedad para parecer una nueva configuración de lo mismo ya presente. En esta configuración la industria musical invierte su mayor dosis de talento y de intención de ingeniería social. El segundo fenómeno de la canción popular no es menos fascinante, permanecer en el tiempo, fijar la memoria, detener el flujo del tiempo social. La vida social de la música popular contemporánea, y de la música en general de nuestro tiempo, se ordena en esta doble configuración, la aparente novedad de lo común, y la permanencia en el tiempo de una canción asociada a la vida vivida, que fija la memoria, que estructura a la memoria, que configura al tiempo social individual y colectivo en forma extraordinaria y casi permanente.

Los tipos de canción y las formas del tiempo social extenso en el tiempo implicado a través de la historia social y cultural, he ahí una guía práctica para indagar qué nos hace y qué nos ha hecho la música. La canción es una forma de tecnología social; a través de ella unos les han hecho cosas a otros. A lo largo de la historia social cultural humana aparecen en forma reiterada ciertas formas musicales de la canción, y algunas tienen momentos más presentes que otras. No son más de cinco o seis los tipos generales de canción que

hemos sintetizado como instrumentos de ingeniería social a través de la historia humana. El ejemplo más claro es el de la canción de amor, que tiene una presencia recurrente con variantes desde el inicio de los registros de la vida histórica. Pero también está la canción de cuna, la canción guerrera, la canción pedagógica, la canción de integración social. Las formas de los himnos y las canciones de cantina entran en estos formatos típicos, también los corridos y las canciones que relatan historias. Aquí se pueden incluir también esos tipos especiales de canciones para descansar, para relajarse, para trabajar, para mantener la tensión o para dispararla.

Lo que ha hecho la industria cinematográfica con la música es ejemplar en este sentido; la música de película es también la música de la película de la vida de muchos, que se acompañan con este tipo de banda sonora desde que la escuchan por primera vez hasta el último de sus días. Así, pues, la canción es una forma de alta tecnología social que se aplica a diversas situaciones, tiene la cualidad de fijar la percepción, de ponerla en forma, de ordenar a la memoria, de imponer patrones a la imaginación. La canción es una de las formas de tecnología social más eficientes para modelar y modular al tiempo social.

La canción es un corazón de la memoria musical, texto central en el tiempo social determinante (sistema de información), configuración radical del tiempo implicado. Aquí la pregunta es por la importancia de la canción en la configuración total del tiempo implicado. La respuesta radica en la importancia de la música en la memoria emocional de los actores sociales. Si bien los olores tienen una fuerte determinación en el tiempo implicado, y la experiencia visual aparece como una configuración emergente en el hombre moderno de gran importancia; la música tiene una gran presencia en la experiencia emocional de lo vivido en forma directa en las vivencias personales y lo vivido en forma indirecta a través de la industria audiovisual. En este sentido, la música es central en la configuración del tiempo social implicado. Aquello de la pista sonora de nuestra memoria.

La industria musical de las grabaciones es clave en la Ingeniería en Comunicación Social del tiempo social contemporáneo. Es necesario explorar su gestión de un tiempo explicado intencional y accidental. En la gestión intencional aparece en primer lugar la agenda ordinaria de la presencia de la música en la vida cotidiana. Hay regiones sociales en donde esta presencia es mayor, la música acompaña a todo tipo de actividades comunes del día a día. En otras regiones la presencia es menor, solo en ciertos momentos del día, ciertos días, la música ocupa el tiempo social cotidiano. Esto abre una agenda de preguntas sobre cómo es que sucede esto y qué efecto tiene sobre la vida colectiva y la vida individual. El caso de la gestión accidental es muy estimulante para una reflexión de fondo.

La industria musical tiene ciclos de producción dentro de un patrón determinado; ese patrón guía el consumo musical dentro de ese ciclo, pero también tiene el efecto de perdurar; entonces varios tiempos sociales, por lo menos dos, se traslapan, uno que persiste, y otro que emerge. El que resiste ante lo nuevo es un fenómeno de filiación por sí mismo muy interesante, y la forma como la emergencia lucha por desplazar al resistente, y cómo el resistente se defiende, es uno de los grandes fenómenos de convivencia de sistemas de información y sus guías temporales.

Este fenómeno de la contemporaneidad de por lo menos dos tiempos sociales involucra en forma directa al comportamiento de los portadores. Los actores sociales, portadores de

un tiempo social ya pasado y reforzado por cierta afiliación musical, insisten en repetir ciertos comportamientos en un momento de su ciclo de vida distinto al que los tiene fijados en el pasado. No solo la música es parte de este fenómeno, pero aquí interesa la relación entre música y tiempo social. La industria musical no promueve en principio este fenómeno en forma intencional, sucede, y a partir de ese hecho la industria trata de aprovechar la situación sacando el máximo de rendimiento económico posible. El punto aquí es que sucede un tiempo social que persiste a través de ciertas formas musicales; la música grabada permite que este fenómeno se refuerce. Cualquier actor puede seguir viviendo un momento social entrañable todos los días en la soledad de su intimidad escuchando sus canciones favoritas.

El tiempo social en la industria musical contemporánea tiene formatos que con el tiempo se han ido estabilizando en esquemas de operación de ingeniería social. La industria opera con ciclos de tiempo asociados a modas y difusión promoción de ciertos productos musicales. Los ciclos de tres años son los más cortos, en contraste con los de largo plazo, en el contexto de la situación industrial de la producción continua de mercancía musical publicada en el mercado día con día. Esos productos musicales son fijadores del tiempo (sistemas de información) en forma intencional y no intencional; hay éxitos que son sintetizados; otros son relativamente emergentes e imprevistos, en uno y otro tipo de ciclo. El futuro está en el presente extendido de las formas del mercado, el éxito a corto y largo plazo. La industria musical produce el futuro, necesita que el presente de su producción musical permanezca en el tiempo por lo menos tres años; la fábrica productora no para, la propia industria desplaza un éxito en operación para promover un nuevo éxito, pero también aprovecha un gran éxito hasta agotarlo. Aquí observamos un futuro construido industrialmente; el fenómeno llega hasta prospectivas de varios años en el futuro; por ejemplo, la síntesis de un cantante estelar acompañado de sus éxitos de siempre a lo largo de una generación o varias.

El contenido de las canciones, la lírica, es una forma sistema de información elemental contemporáneo muy eficaz. La música es un fenómeno cognitivo aún en exploración científica; su configuración fisiológica no es similar a otras formas asociadas a los sentidos; aquello de que un paciente de Alzheimer olvida todo menos la música. Y por otra parte está la lírica, el relato, la figura del lenguaje natural presente en las canciones, que son la forma musical más importante en un sentido popular y masivo. Ahí se completa el fenómeno de la presencia de los sistemas de información; las letras de las canciones se asocian a situaciones de la vida social convencional; las audiencias ponen en la forma de estas canciones recuerdos de todo tipo, esas puntas del iceberg de la presencia de sistemas de información muy complejos que ordenan la vida emocional, la vida interna, y el comportamiento externo. El compositor y la industria buscan que esa asociación sea intensa; eso garantiza el éxito de una canción, y, como un éxito no basta, entonces construye un patrón, una configuración similar que produzca un número indeterminado de canciones similares, todas ellas con una posibilidad de éxito comercial muy alta. Así, la vida social, el tiempo social y la industria musical están articuladas, ingeniería en comunicación social.

El *pop* es la resultante construida por una ecología social musical industrial, el corazón de la cultura musical contemporánea. Aquí tenemos el fenómeno mayor del control

del tiempo social. Por una parte, mantiene un ritmo de novedad aparente, necesario para que la maquinaria industrial no se detenga. Y por otra parte, va prescribiendo lo que emocionalmente los actores sociales recordarán, sentirán, desearán. La industria del *pop* ha adquirido una cierta independencia ante el acontecer social. Si por una parte requiere una alta sensibilidad sobre lo que sucede para ponerlo en la forma de canciones y melodías, por otra parte prescribe lo que sucede, es el contenido de la vida emocional de los actores sociales articulados a su producción industrial. Este es el centro del fenómeno industrial de la música, el tiempo social. Por una parte, un tiempo social que sucede en forma independiente de la industria musical, y que la industria puede o no percibir y aprovechar, y por otra parte, un tiempo social promovido en forma directa por la industria. El fenómeno de la canción romántica es ejemplar, también en ciertos momentos la canción política.

El *pop* es una forma elemental contemporánea de la Ingeniería en Comunicación Social del tiempo social. El caso ejemplar mayor es el de las canciones de amor. La vida sexual instintiva se ha ido domesticando en el tiempo con diversas formas sociales construidas; una de las más comunes es el amor romántico. Esto sucede desde tiempos milenarios, la industria musical contemporánea tiene en la canción romántica su filón mercantil más apreciado. La lírica de la canción romántica va dictando comportamientos y situaciones, los jóvenes y los viejos vivencias ciertas experiencias cuando escuchan ciertas canciones. Y algunas canciones persisten en el tiempo portando a un sistema de información que dicta la vida interna y el comportamiento externo, no en forma total y definitiva, como puede llegar a ser la religión o alguna otra ideología, pero sí en forma sustantiva similar. De ahí que la religión y la política, así como la mercadotecnia de la publicidad y la propaganda en general, aprovechen el poder de la canción para sus propios intereses.

Las figuras del ritmo y la melodía son formas del tiempo social. Por ejemplo, los casos del jazz, el rock y el bolero son ejemplares. Dentro de la indagación de la física de la música, su efecto fisiológico y psicológico es evidente; las formas del tiempo musical en sonido son el fenómeno más atractivo de cualquier propuesta musicológica. El ritmo y el latido del corazón, la melodía y la respiración. Esto se muestra con claridad en el baile. Los movimientos rítmicos y melódicos de la coreografía de la danza son claros; el ritmo exige puntualmente agitación, la melodía movimientos largos y continuos. Este tiempo tiene efecto sobre el tiempo social, el rock y el jazz forman parte de una cultura de la agitación exterior; el bolero promueve una cultura de la vida interior. ¿Cuál es la relación entre estas formas musicales y el tiempo social? ¿Cómo se asocia el tiempo implicado, el tiempo explicado y el tiempo extenso con el tiempo de la forma musical?

Como último tema tenemos al futuro del tiempo social asociado a la música y a la tecnología de la inteligencia artificial. El tiempo social derivado de las nuevas formas de interacción que involucran a la inteligencia social es sorprendente. Lo que hacía una inteligencia humana en la industria musical lo puede hacer una inteligencia artificial en el dominio de los sistemas de información involucrados en el tiempo social implicado, el dominio de los sistemas de información del tiempo extenso, por tanto, el dominio del sistema de comunicación, el presente, el tiempo implicado.

Observemos por un momento situaciones que hoy se presentan apuntando a horizontes posibles de síntesis de nuevas formas constructivas del tiempo social. El punto clave es la

sustitución y colaboración de la inteligencia humana respecto de la inteligencia artificial. Un músico está tocando la guitarra; él ha decidido los compases y la forma musical. La música producida pasa a una computadora que la procesa, la asocia con ciertos patrones musicales preestablecidos por el músico o por ingenieros de sonido. El sonido resultante es distinto de lo que el guitarrista en un primer momento ejecutó. Sucede entonces que el guitarrista al escuchar el sonido procesado computacionalmente responde con su guitarra ensayando una figura armónica. Es decir, el guitarrista hace música con la computadora como si la computadora fuera otro músico, o varios, dependiendo de la complejidad del sistema de información utilizado por la máquina. Aquello se graba; la pregunta es quién es el autor.

El siguiente paso es que un músico toca unos compases de algo que él compuso o algo que compuso otro músico. Esta interpretación ortodoxa entra a la computadora en forma digital; la computadora desarrolla un diálogo armónico consigo misma a partir de aquel input. Es decir, compone música por sí misma a partir de sistemas de información musical de base. La computadora es la autora total de lo que resulta después del proceso que ella opera, a partir de guías que en principio fueron sintetizadas por inteligencia humana.

El proceso sigue, hasta llegar al punto en que los músicos interpretan las piezas musicales compuestas por la computadora; ellos son los seguidores de lo que musicalmente la computación ha sintetizado. La computadora sigue aprendiendo y buscando asociaciones y combinaciones. El resultado es un horizonte musical en donde la computadora es la compositora y la interprete musical de lo que compone, improvisando en vivo, haciendo lo que hacen un *ensemble de jazz*, por ejemplo, y haciéndolo mejor.

El proceso sigue. En un escenario de ciencia ficción posible, los humanos se transforman en administradores e ingenieros de mantenimiento de la instalación computacional; las computadoras interactúan entre sí, mutuamente se muestran sus obras musicales, aprenden unas de otras, se escuchan, siguen desarrollando formas musicales y sintetizan infinitas piezas. Los humanos ya no escuchan ni componen; solo asisten a las máquinas, que son los nuevos creadores, los nuevos portadores de la vida estética, y los auténticos nuevos personajes en la línea de evolución que parte de lo humano biológico natural y social-cultural.

### Último apunte

Lo que todo este relato presenta es la visión del contacto posible entre lo que llamamos pasado, presente y futuro, en la trama y la urdimbre de las figuras de los sistemas de información, el pasado que prescribe al presente, y los sistemas de comunicación, presentes implicados, con pasados explicados, pasados extendidos, futuros posibles. Podemos percibir el tiempo desde nuestro presente implicado; ahí estamos sujetos, pero a través del tiempo explicado podemos ir ampliando nuestra percepción e imaginación hasta acercarnos al tiempo extendido de la vida social, de la vida en general, percibiendo al cosmos en su movimiento, en su composición, en su generación de formas. Y nuestra guía será la experiencia estética vivida.

## Apunte bibliográfico

- Alcot, Pascal (1979) *Introducción a la Ecología*. México: Nueva Imagen.
- Aunger, Robert (2004) *El meme eléctrico*, Barcelona: Paidós.
- Austin, J. L. (1971) *Palabras y acciones*, Buenos Aires: Paidós.
- Bachelard, Gaston (1971) *Epistemología*. Barcelona: Anagrama.
- Bateson, Gregory; Jurgen Ruesch (1984). *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Barcelona: Paidós.
- Bauman, Zygmunt (2008) *Comunidad*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Berrendonner, Alain (1987). *Elementos de Pragmática lingüística*. Buenos Aires: Gedisa.
- Bertoglio, Oscar (1988). *Introducción a la teoría general de sistemas*. México: Limusa.
- Blackmore, Susan (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- Bruner, Jerome (1988). *Realidad mental y mundos posibles*. Barcelona: Gedisa.
- Christakis, Nicholas; James Fowler (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*, México: Taurus.
- Coulon, Alain (1988). *La etnometodología*. Barcelona: Cátedra.
- Dabas, Elina; Denise Najmanovich (compiladoras) (1995). *Redes. El lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires: Paidós.
- Dawkins, Richard (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat.
- De Kerckhove, Derrick (1999). *Inteligencias en conexión*. Barcelona: Gedisa.
- Díaz, Nancy (editora) (2006). *Temporalidades*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- Eco, Umberto (1978). *Tratado de Semiótica general*. México: Nueva imagen-Lumen.
- Elías, Norbert (1987). *El proceso de la civilización. Investigaciones Sociogenéticas y Psicogenéticas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Ferguson, Marilyn (1989) *La conspiración de acuario*. Barcelona: Kairós.
- Fernández-Armesto, Felipe (2002). *Civilizaciones*. Bogotá: Taurus.
- Fried, Dora (comp.) (1994). *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. México: Paidós.
- Galindo, Jesús (1990). *La mirada en el centro. Vida urbana en movimiento*. (Cuadernos de divulgación académica, Huella 19). Guadalajara: ITESO.
- Galindo, Jesús (1994). *Cultura mexicana en los ochenta*. Apuntes de Metodología y Análisis. Colima: Universidad de Colima.
- Galindo, Jesús (1994). *Entre la exterioridad y la interioridad. Apuntes para una metodología cualitativa*. (Cuadernos de divulgación académica, Huella 25). Guadalajara: ITESO.
- Galindo, Jesús (1997). *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. Xalapa: Universidad Veracruzana.
- Galindo, Jesús (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*, Toluca: Conaculta-DGVC, Instituto Mexiquense de Cultura.
- Galindo, Jesús (2014). *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General*. Puebla: Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo, Jesús (coordinador) (2011). *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. México: Universidad Intercontinental.

- Gleick, James (2017). *Viajar en el tiempo*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Habermas, Jürgen (1987). *Teoría de la acción comunicativa (dos tomos)*. Madrid: Taurus.
- Keeney, Bradford (1987). *Estética del cambio*. Buenos Aires: Paidós.
- Klapp, Orrin (1985). *Información y moral*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Klapper, Joseph (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid: Aguilar.
- Lewin, Roger (1995). *Complejidad. El caos como generador del orden*. Barcelona: Tusquets.
- Leydesdorff, Loet (2015). *Una Teoría Sociológica de la Comunicación. La Autoorganización de la sociedad basada en el conocimiento*. México: Universidad Iberoamericana.
- Lotman, Yuri (1998). *La semiósfera*. Madrid: Cátedra.
- Luhmann, Niklas (1991). *Sistemas sociales*. México: UIA-Alianza.
- Maturana, Humberto (1996). *La realidad: ¿objetiva o construida?*. Barcelona: Antrhupos-UIA-ITESO.
- Mauss, Marcel (1974). *Introducción a la Etnografía*. Madrid: Istmo.
- Miguelé, Roberto (1977). *Epistemología y ciencias sociales y humanas*. México: UNAM.
- Moles, Abraham (1976). *Teoría de la información y percepción estética*. Madrid: Júcar.
- Morris, Charles (1962). *Signos, lenguaje y conducta*. Buenos Aires: Losada.
- Najmanovich, Denise (2005). *El juego de los vínculos*. Buenos Aires: Biblos.
- Negroponte, Nicholas (1996) *Ser digital*. México: Atlántida-Océano.
- Nicolis, Grégoire; Ilya Prigogine (1994). *La estructura de lo complejo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Odum, Howard (1980). *Ambiente, energía y sociedad*. Barcelona: Editorial Blume.
- Pakman, Marcelo (compilador) (1997). *Construcciones de la experiencia humana (dos volúmenes)*. Barcelona: Gedisa.
- Pecheux, Michel (1978). *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Gredos.
- Penrose, Roger (2010). *Ciclos del tiempo. Una extraordinaria nueva visión del universo*. Barcelona: Editorial Debate.
- Piaget, Jean (2005). *La equilibración de las estructuras cognitivas: problema central del desarrollo*. México: Siglo XXI.
- Prigogine, Ilya (1993). *¿Tan solo una ilusión? Una exploración del caos al orden*. Barcelona: Tusquets.
- Reynoso, Carlos (2007). *Antropología de la Música. De los Géneros tribales a la globalización. Volumen 1. Teorías de la Simplicidad*. Buenos Aires: Editorial SB.
- Rheingold, Howard (2004). *Multitudes Inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- Rogers, Everett M. y F. Floyd Shoemaker (1974). *La comunicación de innovaciones*. México: Herrero Hermanos.
- Sakaiya, Taichi (1995). *Historia del futuro*. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- Schneider, Eric; Dorion Sagan (2008). *La Termodinámica de la vida. Física, cosmología, ecología y evolución*. Barcelona: Tusquets.
- Schütz, Alfred; Thomas Luckmann (1977). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Sluzki, Carlos (1996). *La red social*. Barcelona: Gedisa.

Thom, René (1987). *Estabilidad estructural y morfogénesis*. Barcelona: Gedisa.

Varela, Francisco (1990). *Conocer*. Barcelona: Gedisa.

Von Foerster, Heinz (1998). *Sistémica elemental*. Medellín: EAFIT.

Wagensberg, Jorge (1994). *Ideas sobre la complejidad del mundo*. Barcelona: Tusquets.

## La televisión, un medio mágico

Octavio Islas\* y Amaia Arribas\*\*

Universidad d Valladolid\*\*

joseoctavioislas@gmail.com\* amaya.arribas@uva.es\*\*

### Resumen

El ensayo tiene el objetivo de describir el papel relevante de la televisión para la información, el entretenimiento y fines propagandísticos en diferentes momentos históricos. La metodología propuesta implica una revisión exhaustiva del desarrollo de la televisión, destacando las transformaciones impulsadas por las tecnologías, desde sus inicios hasta la actualidad. La problemática identificada responde a una necesidad de reivindicar su presencia e influencia como testigo en un ecosistema mediático, por lo que se busca abordar y destacar el papel que la televisión ha desempeñado a lo largo del tiempo, a pesar de los cambios y desafíos que ha enfrentado en un entorno mediático cada vez más tecnológico. La evolución tecnológica ha influido en la forma en que se produce, distribuye y consume contenido televisivo, enfrentando y adaptándose a los desafíos actuales, como la proliferación de plataformas de transmisión en línea y el cambio en los patrones de consumo de medios. Este ensayo ofrece la oportunidad de explorar en detalle la evolución de la televisión y su impacto en la sociedad a lo largo del tiempo, destacando su relevancia continua en un entorno mediático cambiante.

*Palabras clave:* televisión; medios de comunicación; historia; Internet; streaming.

### Television, a magical medium

*Abstract.* This essay aims to describe the relevant role of television for information, entertainment and propaganda purposes in different historical moments. The proposed methodology involves an exhaustive review of the development of television, highlighting the transformations driven by technology, from its beginnings to the present. The identified problem responds to a need to claim its presence and influence as a witness in a media ecosystem, which is why it seeks to address and highlight the role that television has played over time, despite the changes and challenges it has faced in an increasingly technological media environment. Technological evolution has influenced the way television content is produced, distributed and consumed, facing and adapting to current challenges, such as the proliferation of online streaming platforms and changing media consumption patterns. In summary, this essay offers the opportunity to explore the evolution of television and its impact on society over time, highlighting its continued relevance in a changing media environment.

*Keywords:* television; mass media; history; Internet; streaming

## Televisão, um meio mágico

*Resumo.* O objetivo do ensaio é descrever o papel relevante da televisão para fins de informação, entretenimento e propaganda em diferentes momentos históricos. A metodologia proposta envolve uma revisão exaustiva do desenvolvimento da televisão, destacando as transformações impulsionadas pelas tecnologias, desde seus primórdios até os dias atuais. A problemática identificada responde a uma necessidade de reivindicar sua presença e influência como testemunha em um ecossistema de mídia, buscando, assim, abordar e destacar o papel que a televisão desempenhou ao longo do tempo, apesar das mudanças e dos desafios que enfrentou em um ambiente de mídia cada vez mais tecnológico. A evolução tecnológica influenciou a forma como o conteúdo televisivo é produzido, distribuído e consumido, enfrentando e se adaptando aos desafios atuais, como a proliferação de plataformas de streaming on-line e a mudança nos padrões de consumo de mídia. Este ensaio oferece a oportunidade de explorar em detalhes a evolução da televisão e seu impacto na sociedade ao longo do tempo, destacando sua relevância contínua em um ambiente de mídia em transformação.

*Palavras-chave:* televisão; mídia; história; Internet; streaming.

*Toda tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia.*  
Arthur C. Clarke

## Introducción

Este texto representa nuestra modesta ofrenda a la televisión, un medio indispensable, mágico. Un medio que nos acompañó en nuestra niñez y adolescencia, formando parte de nuestros sueños, nuestro estilo de vida, y nuestra educación sentimental.

La prolongada cuarentena que vivimos debido a la furiosa propagación COVID-19 nos concedió la oportunidad de revalorar a la televisión, de volver a apreciar a un medio de comunicación efectivamente mágico, el cual, gracias a la dependencia que hemos establecido con Internet, habíamos relegado a un segundo plano.

Nuestro reencuentro con la televisión resultó profundo, nostálgico, emotivo. La televisión volvió a ser importante para nosotros. Durante la cuarentena fue un refugio seguro, una compañera, un motivo para conversar, un desván abierto a nuestros recuerdos. Sí, la televisión nuevamente fue el obligado referente de nuestros “años maravillosos”.

Nuestro ensayo comprende 16 apartados que describen la evolución de la televisión: 1) La Edad de la Televisión, 2) John Logie Baird. La importancia de la primera demostración de televisión pública, 3) De los “días de radio” a la “edad de la televisión”, 4) La competencia entre los sistemas de televisión, 5) El desarrollo de la televisión después de la segunda guerra mundial, 6) La revolución de la producción en televisión a partir de los sistemas VCR, 7) La gran revolución de los transistores y la magia del color, 8) El mando a distancia, 9) La televisión por cable, 10) De las microondas a la televisión por satélite, 11) De los formatos VTR al *Blu-ray*. 12) La alta definición. Cuando la televisión dejó de ser un medio frío, 13) El apagón analógico, 14) La televisión en tiempos de la pandemia, 15) La

televisión en Internet. El desarrollo de las grandes cadenas globales que han transformado al mundo en una aldea global, 16) La televisión en Internet desde la óptica de los usuarios de Internet.

## 1. La Edad de la televisión

En 1884 Paul Gotlieb Nipkow, un formidable ingeniero alemán, introdujo un innovador dispositivo mecánico capaz de analizar una escena de forma secuencial y estructurada. Así dio inicio la historia y la magia de la televisión.

Un extenso número de textos clásicos sobre la historia de la televisión (Barnouw, 1990; Hilmes y Jacobs, 2003; Pérez Tornero, 2019, Simonson *et al.*, 2012) refieren que la introducción del disco de Nipkow admite ser considerada como el punto de partida en el desarrollo de un extenso conjunto de inventos que, como si se tratara de un intrincado rompecabezas, con notable cuidado y paciencia fueron armando un grupo de notables ingenieros y científicos, a través del tiempo, quienes hicieron posible el advenimiento de la televisión, medio al que Marshall McLuhan designó como el “gigante tímido” (McLuhan, 1996: 315 y ss.).

En la abundante literatura sobre la historia de la televisión también se reconoce la relevante contribución del ingeniero estadounidense Philo T. Farnsworth, quien en 1921 concibió el primer tubo de vacío para la filmación televisiva, el cual facilitó la captura de imágenes por medios electrónicos (Abramson, 1992). Ese tubo estimuló la creación de un sistema de televisión completamente electrónico, el cual decretó la obsolescencia definitiva de los sistemas electromecánicos que venían desarrollándose.

Vladímir Kozmich Zworykin, un ingeniero de origen ruso que posteriormente adquirió la nacionalidad estadounidense, también cumplió un rol protagónico en el desarrollo de la televisión. En 1923 concibió un tubo de rayos catódicos, el iconoscopio, el cual se convirtió en la primera cámara capaz de transmitir video en tiempo real<sup>1</sup>.

## 2. John Logie Baird. La importancia de la primera demostración de televisión pública

En la historia de la televisión destacan las aportaciones de John Logie Baird, un brillante ingeniero escocés cuya contribución admite ser considerada como un parteaguas definitivo en el desarrollo y la evolución de la televisión, como incluso reconoce el propio Arthur C. Clarke (1992).

A través de un sistema electromecánico, Baird realizó la primera demostración pública de televisión el 22 de enero de 1926. Ese acontecimiento demostró la viabilidad misma de la televisión, a la que Toffler (1981) consideró como medio de comunicación emblemático de las sociedades de la “segunda ola”.

Wilbur Schramm, quien hoy es reconocido como uno de los forjadores del campo académico de la comunicología en Estados Unidos, en el marco del “Segundo Encuentro Mundial de la Comunicación-La Edad de la Televisión”, evento organizado por Televisa

---

<sup>1</sup> El tubo de cámara de video se fue perfeccionando y su uso se prolongó hasta finales del siglo XX, cuando finalmente fue desplazado por los dispositivos de carga acoplada (CCD).

en Acapulco, México, en 1979, dedicó este emotivo discurso a la primera demostración pública de televisión, con la cual, en sentido estricto, tuvo inicio la Edad de la Televisión:

Vamos a hablar pues de la Edad de la Televisión, es decir, de este medio que en el corto espacio de unos cuantos años se ha convertido en parte de nuestra vida (...) En ocasiones nos olvidamos de que la televisión es aún muy joven. Incluso retrotrayéndonos al “Encuentro Uno”, es posible observar los grandes cambios que ocurrieron entonces. Tal vez ustedes recuerden que la primera patente de televisión fue sacada en Alemania hace solamente noventa años. ¿Lo sabían ustedes? Claro que entonces no eran capaces de fabricar los aparatos, de modo que no funcionó. En 1904, en Inglaterra, un ingeniero llamado Midford hizo un diseño de televisión que hubiera funcionado si hubieran podido fabricar los tubos. Luego vinieron Farnsworth y Lee De Forest (...) Creo que es un momento oportuno para que yo les lea dos párrafos que fueron escritos dos días después de la primera presentación pública de la televisión. Sucedió en Inglaterra, un martes 26 de enero de 1926. Los principales invitados pertenecían a la “Royal Society”: los grandes hombres de ciencia del país. Voy a leerles lo que ocurrió aquella noche: Era una fría noche de enero y los miembros de la Institución Real llegaron por parejas o de tres en tres. Al salir de la demostración, sus observaciones, por lo que pude oír, eran del tenor esperado. Algunos decían que no era nada digno de consideración, otros pensaban que era algo que un joven hacía, aunque realmente no sabía a ciencia cierta qué estaba haciendo. Solo unos pocos pensaron que podría ser algo interesante, a nadie se le ocurrió que este pudiera ser el nacimiento de un nuevo medio, algo que tendría más efecto en nuestra vida que ninguna otra cosa desde la invención del automóvil (Televisa, 1979:14).

En uno de los primeros libros dedicados a la televisión –*Television*–, Dinsdale (1928) consignó interesantes detalles sobre la demostración pública de televisión a cargo de Logie Baird, centrando su atención en los artefactos que, para tal efecto, utilizó el célebre inventor escocés. El interesante relato de Dinsdale enriquece la emotiva crónica que recuperamos de Schramm:

El aparato estaba montado con ejes de bicicletas viejas, tableros de mesas de café y lentes de cristal de claraboyas, todo unido con lacre, cuerdas, etc., lo cual hizo que no impresionara muy favorablemente a aquellos que estaban acostumbrados a los primorosos mecanismos de los constructores de aparatos; sin embargo, la importancia de las pruebas fue real y decisiva para el mundo científico de aquellos tiempos (29).

### 3. De los “días de radio” a la “edad de la televisión”

El tránsito de los “días de radio”<sup>2</sup> a la “edad de la televisión” de ninguna manera resultó sencillo. Cada nuevo medio de comunicación, cada nueva tecnología altera nuestros sentidos –advirtió el profesor McLuhan (1996)–. Las personas que tuvieron el privilegio de apreciar las primeras transmisiones de televisión experimentaron profundo desconcierto. Orrin Dunlap, por ejemplo, entonces editor de radio del *New York Times*, afirmó que el nuevo medio de comunicación era “una quimera del inventor”.

Dunlap y la mayor parte de los miembros de su generación no fueron capaces de intuir que, con el paso de los años, la televisión se convertiría en un poderoso medio de comunicación (Ostroff, 1999). Tampoco pudieron inferir que la radio no sería capaz de contener el arrollador desarrollo de la televisión. Algunos vaticinaron que el advenimiento de la televisión propiciaría la inminente extinción de la radio, la cual, por supuesto no ocurrió (Fortnatale y Mills, 1980).

La radio, sencillamente procedió a reubicarse. En la transición de los “días de radio” a la edad de la televisión, la radio desempeñó el rol de gran proveedor de contenidos –aunque el grupo The Buggles sostenga que “el video mató a la estrella de radio”–.<sup>3</sup> La radio demostró una notable capacidad para adaptarse al contexto y traducirse a sí misma en otro medio. Similar adecuación ha experimentado la radio con el desarrollo de Internet.

Es importante tener presente que, en la década de 1920, el incipiente ecosistema mediático era dominado por el cine y la radio –designada por el profesor McLuhan como “el tambor de la tribu”–. En los primeros “días de radio”, sintonizar una estación resultaba una operación relativamente compleja, debido a que implicaba disponer de ciertos conocimientos técnicos para realizar determinados ajustes al aparato receptor.

A mediados de la década de 1920, las transmisiones de radio mejoraron de forma notable. Entonces empezaron a fabricarse mejores receptores y, por supuesto, de mayores dimensiones –aparatosos muebles de madera–. Ello permitió instalar la radio en un sitio privilegiado en los hogares: la sala. La familia se organizó en torno a la radio, la cual cumplió útiles funciones de información y entretenimiento en la vida diaria de las familias. Desde tan privilegiada posición en los hogares, la radio, a partir de notables seducciones auditivas, se encargó de ir confeccionando al auditorio y al mercado que años más tarde explotaría comercialmente la televisión.

En Estados Unidos, Francis Jenkins afirmó haber realizado la primera transmisión de televisión por radio en 1923 (Barnouw, 1990). Ese hecho representó una de las primeras expresiones de la convergencia mediática que, curiosamente, han pasado por alto los grandes referentes en el mencionado tema.

Jenkins, quien además es considerado como uno de los pioneros en la historia del cine estadounidense, introdujo el “radiovisor”. Mediante los radiovisores pretendió impulsar una nueva industria. Además, abrió el primer canal de televisión en Estados Unidos –W3XK–. La primera transmisión de esa estación fue realizada el 2 de julio de 1929, en Washington D.C. (Lichy y Topping, 1974).

<sup>2</sup> En la película *Días de Radio* (1987), el destacado director Woody Allen realizó uno de los más emotivos homenajes que el cine ha dedicado a la radio.

<sup>3</sup> El primero de agosto de 1981 dieron inicio las transmisiones regulares de MTV con el video *Video killed the radio star* (“El video mató a la estrella de la radio”), del grupo The Buggles.

#### 4. La competencia entre los sistemas de televisión

En 1927, a través de una línea telefónica, Baird logró transmitir una señal de televisión entre Londres y Glasgow (Baird, 2004), ciudades que se encuentran a 438 millas de distancia. En 1928 fundó la firma Baird TV Development Co., con la cual pretendió explotar comercialmente su sistema de televisión. Su empresa realizó las primeras señales de televisión transatlántica entre Londres y Nueva York.

Con base en la teoría tricromática del fisiólogo Thomas Young, Baird realizó algunos experimentos con discos de Nipkow, cubriendo los agujeros con filtros rojos, verdes y azules, logrando así transmitir las primeras imágenes de televisión en color, el 3 de julio de 1928.

Si Nipkow fue el primer gran hechicero en la historia de la televisión, un mágico medio, Logie Baird tendría que ser considerado como un avanzado alquimista.

En 1932 la compañía de Baird había instalado emisoras de televisión en Berlín, Londres, Moscú, Roma y París –en el último piso de la Torre Eiffel–. Sin embargo, los competidores de Baird acortaron distancias. Algunos empezaron a explorar las posibilidades de los sistemas electrónicos. John Logie Baird fue un genio. Su error radicó en haber apostado a una tecnología limitada (McArthur y Waddell, 1986).

En Inglaterra, en 1932 fueron vendidos 10.000 receptores de televisión con disco Nipkow y 30 líneas de resolución. En 1934 el gobierno británico creó un comité –Television Committee– para determinar el estándar idóneo para la televisión británica. El comité recomendó un sistema de “alta definición” de 240 líneas o más por imagen, el cual sería supervisado por la BBC.

El gobierno británico recibió dos propuestas, una de la compañía Baird, que presentó un sistema electromecánico; la otra, un sistema electrónico, propuesto por la empresa Electrical and Musical Instruments (EMI), de 405 líneas de resolución.

La BBC realizó algunas transmisiones a través de ambos sistemas. Después de tres meses de pruebas, finalmente descartó el sistema de Baird y decidió adoptar el sistema Marconi-EMI, de 405 líneas de resolución, realizando sus transmisiones a través de la banda de frecuencia VHF. Ese hecho fue un duro revés para Baird; además, selló el destino de los sistemas de televisión electromecánicos, los cuales no pudieron evolucionar técnicamente. La televisión se desarrollaría a partir de sistemas electrónicos.

El 2 de noviembre de 1936, la BBC One empezó a transmitir con regularidad algunos programas de televisión a un auditorio estimado en 20,000 personas. La BBC transmitió entonces el primer drama en la historia de la televisión –*The Queen’s Messenger* (“El mensajero de la reina”)– (Barnow, 1966). La serie comprendió dos episodios de 15 minutos cada uno. El primer episodio se tituló *The Man with the Flower in His Mouth* (“El hombre con la flor en la boca”); el segundo, *The Man Who Knew* (“El hombre que sabía”). Las transmisiones de la BBC empezaban a dar forma al teleauditorio británico. Sin embargo, el 1 de septiembre de 1939 la BBC decidió suspender sus transmisiones. Ese día Alemania invadió a Polonia. Fue el inicio de la Segunda Guerra Mundial. La BBC reanudó sus transmisiones en 1946.

En Alemania, el primer sistema de televisión pública –*Fernsehsender Paul Nipkow*, también denominada *Deutscher Fernseh-Rundfunk* (“La estación de televisión de Paul

Nipkow”; “Transmisora de Televisión Alemana”)–, inició sus transmisiones el 22 de marzo de 1935 en Berlín. Gubern ofrece la siguiente descripción del sistema utilizado por la televisora oficial del Tercer Reich:

Estaba basado en la explotación mecánica de treinta líneas y transmisión de doce imágenes por segundo. El conjunto emisor estaba compuesto por una rueda de espejos basada en el principio de Nipkow que explorada las imágenes utilizando un rayo luminoso procedente de un gran arco voltaico y un mosaico de cédulas de selenio. En el extremo receptor, una lámpara de neón constituía la fuente de luz, cuyo brillo era regulado por los impulsos eléctricos recibidos del emisor. Los elementos de la imagen eran reunidos en una pantalla de vidrio translúcido, mediante un disco rotatorio sincronizado con la rueda de espejos del transmisor por impulsor eléctrico adecuado, que eran transmitidos conjuntamente con las señales de la imagen (Gubern, 1965: 85).

En el verano de 1936, en el marco de los Juegos Olímpicos celebrados en Berlín, la *Deutscher Fernseh-Rundfunk* realizó la transmisión de algunos eventos y llegó a utilizar hasta 27 cámaras. Goebbels, el ministro de propaganda de Hitler, comprendía la importancia de la televisión como medio propagandístico. Por ello, decidió instalar una red pública de salas de televisión –las *Fernsehtuben*– en Alemania. La cadena interrumpió sus transmisiones en 1944, un año antes de la derrota del Tercer Reich en la Segunda Guerra Mundial.

En Estados Unidos, en 1939 se empezó a comercializar Octagon, un receptor de televisión electromecánica desarrollado por las firmas RCA y General Electric. Barnow (1966) refiere que el receptor tenía una pantalla de 12 pulgadas, y usaba un sistema de escaneo mecánico para crear imágenes. Octagon fue un éxito comercial, pero fue reemplazado rápidamente por receptores de televisión electrónicos. Los receptores electrónicos eran más confiables y ofrecían mejor calidad de imagen que los receptores electromecánicos. Sin embargo, la contribución de Octagon fue importante en la historia de la televisión. Fue el primer receptor de televisión disponible en el mercado y ayudó a popularizar a la televisión como un medio de entretenimiento familiar.

## 5. El desarrollo de la televisión después de la segunda guerra mundial

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) estableció un paréntesis relativo en el desarrollo de la industria televisiva. Si bien la mayoría de las estaciones de televisión interrumpieron sus transmisiones, el desarrollo de la industria continuó.

En Estados Unidos las transmisiones regulares de televisión dieron inicio el 30 de abril de 1939, por iniciativa de la NBC. Las transmisiones experimentales de televisión dieron inicio en 1928.

En julio de 1940 fue formado el Comité de Sistema de Televisión Nacional, el cual fue presidido por Walter Ranson Fairbank (Barton, 1998; Lent, 2004). Ese comité fue el encargado de definir el estándar NTSC (National Television System Committee), de 525 líneas de barrido, el cual fue adoptado la mayor parte del continente americano, Japón y el

Sudeste Asiático. El sistema NTSC opera con 525 líneas. Sin embargo, solo 486 se utilizan en la formación de las imágenes en la pantalla.

El sistema SECAM—Séquentiel Couleur à Mémoire “Secuencial Color con Memoria”—fue patentado en 1956 por el ingeniero Henri de France, quien trabajaba para la firma Thomson. Las transmisiones por ese sistema dieron inicio en Francia el 1 de octubre de 1967 (SECAM III b), en el *Segundo Canal*—hoy *France 2*— (Lent, 2017). Se estima que apenas unas 1.500 personas pudieron ver el primer programa de televisión en color, debido a que el precio de los primeros televisores en color representaba una fortuna: costaban 5.000 francos. Sin embargo, gracias a la drástica disminución de los precios de los televisores, en 1957 fueron vendidos 200.000 aparatos (Smith, 1995). El sistema SECAM fue adoptado en Francia y en Europa Oriental y la Unión Soviética.

En 1963, en Alemania Occidental, el ingeniero Walter Bruch intentaba mejorar la calidad del sistema NTSC. Del resultado de sus investigaciones derivó la introducción de un nuevo sistema, el PAL—*Phase Alternating Line*— (Bruch, 1974). El sistema PAL emplea 625 líneas, de las cuales 576 son efectivas. El PAL se utiliza en África, Asia, Australia y en algunos países de América del Sur, como Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Los referidos sistemas presentan ventajas e inconvenientes. En el SECAM, por ejemplo, resulta imposible la mezcla de señales de video. Con la transición a la televisión digital y la introducción de estándares de alta definición, las diferencias entre los referidos estándares de televisión se han vuelto secundarias.

En la década de 1950 y en los primeros años de la década de 1960 aparecieron los primeros canales de televisión en el mundo. Sus primeras transmisiones fueron en blanco y negro y, posteriormente, tanto en blanco y negro como en color.

## 6. La revolución de la producción en televisión a partir de los sistemas VCR

En la relación de inventos y tecnologías que han contribuido al desarrollo de la industria de la televisión, destaca la introducción de la grabadora de video VR-1000 de Ampex, en 1956, la cual estableció un parteaguas definitivo en la producción televisiva.

Antes de la introducción de los sistemas VTR (*Video Tape Recorders*), toda la televisión era transmitida en directo. El primer programa de televisión que fue grabado para ser transmitido en diferido, usando el sistema Quadruplex de Ampex, fue *Douglas Edwards and the News*, el 30 de noviembre de 1956, por la cadena estadounidense CBS (Mallinson, 1999).

El sistema Quadruplex representó un éxito comercial y fue utilizado para la grabación de programas de televisión en directo y pregrabados durante más de 20 años. En la década de 1960 fue el estándar en la industria de la televisión. Fue utilizado en series emblemáticas en esa década, como *Star Trek* (en América Latina, “Viaje a las Estrellas”) y *El show de Ed Sullivan*. La grabación previa de programas de televisión empezó a ser habitual en la mayoría de los canales de televisión. El empleo del *video tape* permitió convertir al deporte en un atractivo espectáculo para la televisión. La introducción de los sistemas VTR reportó las siguientes ventajas a los canales y sistemas de televisión:

*Flexibilidad en la programación.* Gracias a la capacidad de grabar programas con anticipación, la programación de los canales de televisión ya no dependió de transmisiones

en vivo. Ello favoreció el desarrollo de mejores producciones, mayor diversidad temática en la programación y la posibilidad de emitir o reemitir programas en los horarios de mayor audiencia, permitiendo extender, además, los horarios de transmisiones de los canales de televisión.

*Edición mejorada.* Con la introducción de grabadoras de *video tape*, la edición de video se volvió sencilla, rápida y precisa. Ello estimuló el desarrollo de producciones de mayor calidad con técnicas de edición cada vez más sofisticadas.

*Mejor calidad de imagen.* Las grabaciones en cinta ofrecían una calidad de imagen muy superior en comparación con los métodos que se empleaban para la grabación de programas, por ejemplo, el kinescopio, que básicamente implicaba filmar una pantalla de televisión.

*Reducción de costos.* Si bien las primeras grabadoras de video eran caras, la cinta magnética resultó ser un medio mucho más barato y reutilizable que el *film*. Ello permitió reducir costos de producción.

*Registro y almacenamiento de programas.* La introducción de cintas de video permitió a las estaciones de televisión archivar y almacenar grabaciones de sus programas para su retransmisión o venta posterior. Antes de la introducción de los sistemas VTR, los programas después de haberse emitido se perdían.

*Innovación en formatos de programas.* Con la posibilidad de grabar y editar con mayor facilidad, surgieron nuevos formatos y géneros televisivos. El *videotape* revolucionó la narrativa de la televisión. Los productores pudieron experimentar más y crear programas que antes no habrían sido posibles o prácticos.

*Repetición instantánea.* En eventos deportivos, la introducción de las VTR permitió la repetición instantánea. Ello cambió radicalmente la forma como los espectadores experimentaban los deportes a través de la televisión. Los momentos más destacados empezaron a ser revisados al instante por los especialistas. De ese modo empezaron a ser incorporados a la programación de los canales de televisión espacios dedicados al análisis de los momentos estelares en los eventos deportivos.

*Producción en serie.* Las series y programas empezaron a ser grabados en bloques o temporadas, situación que estimuló el desarrollo de una mercadotecnia más agresiva. La permanencia de series y programas dependió de la aceptación del público, favoreciendo la instauración de la llamada “dictadura del *rating*”.

## 7. La gran revolución de los transistores y la magia del color

En 1938, el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena inventó el “adaptador cromoscópico” para aparatos de televisión, con el cual realizó exitosas transmisiones de

televisión en color. Su sistema, designado como STSC (secuencial de campos tricromático) se basaba en la transmisión de tres señales separadas, una para cada color primario: rojo, verde y azul (Monsiváis & García Ponce, 1974; Torres, 2020; Cascajosa y Zahedi, 2016).

En algunos países empezaron a desarrollarse sistemas de televisión en color más avanzados. Sin embargo, todos partieron de los principios técnicos del sistema que había confeccionado el ingeniero González Camarena.

El primer televisor a color fue el modelo H840CK15 de Westinghouse, el cual fue introducido al mercado el 28 de febrero de 1954. Esos televisores utilizaban el sistema de televisión a color NTSC y tenían un precio de 1.295 dólares –sumamente elevado para familias de clase media en la década de 1950–.

En los televisores que utilizan tubos de rayos catódicos (CRT) para generar las imágenes, la recepción de imágenes no era instantánea; había que esperar pacientemente a que los bulbos se calentaran (Jaramillo, 2003). Por ello, la mayoría de los canales de televisión incorporaban barras cromáticas antes de dar inicio a sus transmisiones regulares. El televidente se encargaba de realizar manualmente los ajustes necesarios para obtener la mejor definición posible del color. Además, debido al calentamiento de los bulbos, los televisores no podían permanecer encendidos durante varias horas. Era necesario apagar el televisor para evitar el sobrecalentamiento y las costosas reparaciones.

La introducción de televisores de transistores y de circuitos integrados permitió extender el número de horas que un televisor podía permanecer encendido. Los transistores fueron desarrollados en los Laboratorios Bell, a finales de la década de 1940. En 1954, la compañía Texas Instruments empezó a fabricar transistores para aparatos de radio. En 1960, Sony comenzó a comercializar los primeros televisores de transistores.

Gracias a la incorporación de las nuevas generaciones de televisores, los canales de televisión pudieron extender sus horarios de transmisiones. Ello permitió incorporar mayor número de anuncios publicitarios en su programación. Además, el precio de los televisores en color descendió de forma considerable. Por ello, numerosas familias de clase media compraron televisiones en color, los cuales, como una expresión de la solvencia y prosperidad alcanzada, procedieron a instalar en las salas de sus hogares. El televisor adquirió el carácter de símbolo de status. Al televisor se delegó la posibilidad de determinar los tiempos de reunión familiar y los temas a conversar entre la familia y los amigos.

En Inglaterra, en 1967, la BBC2 empezó a realizar todas sus transmisiones en color. Para la mayoría de los canales de televisión, las transmisiones regulares en color dieron inicio a partir de la década de 1970 (Castro de Paz, 1999; CIS, 1975). En algunos canales de televisión, en principio la programación cotidiana incluía series en blanco y negro y algunos programas en color. La transición al color fue inevitable. Poco a poco se fue incrementando el número de series en color y los programas en blanco y negro fueron desplazados de la pantalla.

## 8. El mando a distancia

Los primeros mandos a distancia para televisores fueron desarrollados en la década de 1950. El primero, conocido como *Lazy Bones* (“Huesos perezosos”), fue comercializado

por la firma Zenith Radio Corporation en 1950. Se trataba de un dispositivo mecánico que se conectaba al televisor mediante un cable y permitía controlar el canal, el volumen, el encendido y apagado.

En 1955 Zenith lanzó el Flashmatic, primer mando a distancia inalámbrico. Fue inventado por Eugene Polley. Funcionaba con ultrasonidos y tenía cuatro botones: uno para subir el volumen, otro para bajar el volumen, uno para cambiar de canal en orden ascendente y otro para cambiar en orden descendente. “Incluso puedes apagar los anuncios molestos mientras la imagen permanece”, anunció Zenith.

El Flashmatic tenía forma de pistola. La idea de Polley, inspirado por el género cinematográfico *Western*, era que los televidentes “dispararan” a los anuncios para eliminarlos de la pantalla. Esa idea no fue del agrado de los publicistas.

El primer mando a distancia infrarrojo fue desarrollado por Robert Adler para Zenith en 1956. Se trató del Zenith Space Command (“Comando espacial”). Como generaba ruidos al presionar sus botones recibió el apodo de “clicker”. Este tipo de mandos a distancia se utilizan en la actualidad y son mucho más eficientes que los mandos a distancia por ultrasonidos.

En la década de 1970, los mandos a distancia empezaron a incluir más botones y funciones. Con la llegada de la televisión a color, los mandos a distancia empezaron a incluir botones para controlar el brillo, el contraste y la saturación. También se empezaron a incluir botones para controlar funciones como el teletexto.

En 1980, la firma Viewstar (Canadá) desarrolló su primer control remoto de televisión que utilizaba tecnología infrarroja, el cual permitía incluir más comandos. Ese control pronto se convirtió en estándar, especialmente cuando las empresas de televisión por cable ampliaron su oferta de canales desbordando los límites de un dial de televisión. En 1987, el cofundador de Apple, Steve Wozniak, ayudó a inventar el primer control remoto universal programable, llamado Controlador de Equipo Remoto o núcleo (Beschloss, 2013).

El uso de mandos a distancia preocupó a los publicistas. El televidente podía evitar los anuncios, particularmente cuando los encontraba monótonos y aburridos. Para mantener la atención del televidente en los anuncios fue necesario hacer comerciales espectaculares. Ello implicó elevar los costos de producción. La estética de la publicidad por televisión cambió por completo. La publicidad en televisión se volvió más costosa por la incorporación de técnicas cinematográficas en la producción de comerciales. La buena publicidad por televisión se volvió espectáculo.

## 9. La televisión por cable

Las primeras transmisiones de televisión por cable fueron realizadas en ciudades o regiones que, por falta de repetidoras o debido a obstáculos orográficos en la zona, enfrentaban severos problemas para recibir la imagen televisiva por ondas hertzianas. La primera red de televisión por cable fue instalada en Astoria, Oregon, Estados Unidos, por el ingeniero Leroy “Ed” Parsons, en febrero de 1949 (Robichaux, 2005). Ello permitió a los pobladores de Astoria recibir las señales de las cadenas de televisión de Seattle. Así dio inicio la *Community Antennae TV* (CATV).

En principio no se registraron fricciones entre los operadores de las televisoras por cable y los empresarios de la televisión abierta. Los propietarios de canales de televisión abierta consideraban que los operadores de cable “cooperaban” con su negocio al extender el alcance de las estaciones abiertas; sin embargo, todo cambió cuando los operadores de televisión por cable empezaron a ofrecer sus servicios a poblaciones donde también se recibían las señales de la televisión abierta.

Los empresarios de la televisión abierta entonces consideraron que los operadores de cable representaban una competencia desleal y, por supuesto, una amenaza a su negocio. En 1965 presionaron a la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) —el organismo regulador en Estados Unidos— para impedir a los operadores de los sistemas de cable la importación de las señales hertzianas de la televisión abierta.

A principios de la década de 1970, el congreso estadounidense delegó en la Comisión Sloan la responsabilidad de elaborar un Libro Blanco sobre la televisión por cable. Con base en el informe de la referida comisión, la FCC realizó una serie de rectificaciones que impulsaron de forma más ordenada el desarrollo de la televisión por cable en la Unión Americana, a pesar de la oposición y resistencia de los dueños de los sistemas de televisión abierta.

Situaciones similares se registraron en otros países. Las fricciones entre operadores de sistemas de televisión por cable con los concesionarios o propietarios de los sistemas de televisión abierta fueron recurrentes. En algunas naciones, los propietarios o concesionarios de los sistemas de televisión abierta decidieron participar en la televisión por cable para impedir la llegada de nuevos competidores e incrementar sus ganancias. Así procedió Televisa en México, por ejemplo.

En sus inicios, una de las principales ventajas que ofrecía la televisión por cable a los televidentes era la ausencia de anuncios publicitarios. El modelo financiero de los operadores de la televisión por cable estaba sustentado en el número de suscriptores. Sin embargo, con el paso de los años los operadores fueron más ambiciosos y decidieron incluir publicidad.

La televisión por cable extendió significativamente el repertorio temático de la televisión al identificar necesidades específicas y de entretenimiento de determinadas audiencias. Por ejemplo, Cartoon Network (CN) fue concebido para ofrecer 24 horas de entretenimiento a nuevas generaciones de niños. MTV fue dirigido a amantes del rock. Del modelo de MTV derivaron algunos canales especializados en otros géneros musicales —pop y *country*, por ejemplo—. Además, proliferaron canales destinados a proporcionar noticias las 24 horas, deportes en general —en particular fútbol, golf, tenis, fútbol americano—, finanzas, clima, incluso canales destinados a determinados grupos religiosos, así como canales de pornografía.

La televisión por cable aportó incuestionable versatilidad temática a la industria televisiva, modificando la lógica de producción en los sistemas de televisión. Las necesidades específicas de información y entretenimiento de las audiencias empezaron a ser consideradas como un asunto prioritario en la industria de la televisión.

## 10. De las microondas a la televisión por satélite

Las transmisiones de televisión por microondas permitieron extender significativamente la cobertura de los canales de televisión, favoreciendo el desarrollo de los sistemas nacionales de televisión. Las microondas volvieron recurrentes las transmisiones de televisión intercontinental. La televisión, razonaba atinadamente el profesor Marshall McLuhan, empezaba a transformar a nuestro planeta en una “aldea global”.

El lanzamiento al espacio del primer *Sputnik* –4 de octubre de 1957– detonó la carrera espacial entre las dos grandes potencias en tiempos de la posguerra –la URSS y Estados Unidos–. El lanzamiento del primer satélite geoestacionario además permitió confirmar las notables predicciones realizadas por Arthur C. Clarke<sup>4</sup>. El desarrollo de la industria de telecomunicaciones contribuyó a extender globalmente el alcance de la televisión (Williams, 1998).

En respuesta al desarrollo del programa *Sputnik* de la URSS, que comprendió el lanzamiento de varios satélites geoestacionarios que formaban parte de un programa espacial, el ejército de Estados Unidos decidió colocar en órbita al satélite Courier 1B, el 4 de octubre de 1960, el cual permitía retransmitir hasta 100.000 palabras de teletipo por minuto, siendo el satélite pionero en materia de telecomunicaciones. Sin embargo, ese satélite solo estuvo en operación 17 días. Fue un costoso fracaso. Por tal motivo, el 10 de mayo de 1962 fue lanzado al espacio otro satélite, el Telstar 1, desarrollado por la compañía Bell Systems, el cual hizo posible las primeras transmisiones de imágenes por televisión entre Estados Unidos y Francia, el 20 de mayo de ese año.

Durante las décadas de 1960 y 1970 fueron instalados más satélites en órbitas geoestacionarias, los cuales fueron destinados a las telecomunicaciones. También, por supuesto, algunos satélites cumplían tareas en materia de espionaje. El satélite Anik A1, primer satélite de transmisión directa (DTH), fue lanzado al espacio el 10 de noviembre de 1972 por el gobierno de Canadá. El 13 de septiembre de 1975, el canal de televisión por cable Home Box Office (HBO), hoy propiedad de Time-Warner, realizó su primera transmisión satelital: la tercera pelea entre Muhammad Ali y Joe Frazier por el campeonato mundial de los pesos completos, conocida como “Thrilla en Manila”, en la cual Ali resultó vencedor.

Durante la década de 1980 creció la popularidad y el interés por la televisión vía satélite. En los techos de los hogares de no pocos condados rurales en la Unión Americana, así como en barrios residenciales en las principales urbes, fueron instaladas grandes antenas parabólicas, las cuales fueron designadas despectivamente como *BUDs* –*Big Ugly Dishes* (“platos grandes feos”)–.

---

<sup>4</sup> Con notable anticipación Arthur C. Clarke disertó sobre el desarrollo de los satélites geoestacionarios. Por ese motivo, algunos influyentes miembros de la comunidad científica británica despectivamente le consideraron como un autor de ciencia ficción. Cuando la URSS lanzó al espacio el primer *Sputnik*, los críticos de Clarke se vieron en la necesidad de ofrecerle una disculpa. En respuesta, Clarke afirmó estar orgulloso de ser considerado autor de ciencia ficción. En su “tercera ley”, Clarke –el guionista de 2001: *Odissea del Espacio* (1968), película de culto entre los fanáticos de la ciencia ficción, dirigida por Stanley Kubrick– afirmó: “Toda tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia”.

Esas antenas permitían recibir las señales de los canales de televisión satelital de forma gratuita. Para evitarlo, los operadores de canales de televisión vía satélite comenzaron a implementar sistemas de cifrado y protección de señales, como el Videocipher II, situación que, con el paso de los años, desalentó el uso de las grandes antenas parabólicas.

En la década de 1990 irrumpieron nuevos proveedores de televisión satelital, como DirectTV y Dish Network, dispuestos a competir con las cadenas de televisión por cable (Allen, 1992; Gellatly, 1998). Mediante satélites de alta potencia, los nuevos jugadores ofrecieron atractivos paquetes de canales a través de antenas parabólicas pequeñas, situación que decretó la obsolescencia definitiva de las aparatosas BUDs. Para enfrentar a los nuevos competidores los operadores de cable decidieron acelerar la incorporación de la televisión de alta definición (Parsons, 2003).

## 11. De los formatos VTR al *Blu-ray*

En 1963, las firmas Philips y Grundig comenzaron a comercializar el sistema de video U-matic, más pequeño y portátil que el Quadruplex. En 1970 Sony introdujo el sistema Betamax, que ofreció mejor calidad de imagen que el U-matic. Del referido formato de videos derivó la necesidad de desarrollar reproductores de video casero.

La introducción del formato Betamax detonó el desarrollo de la industria del video casero. En 1976 la firma JVC presentó el sistema de video VHS, más barato que el Betamax. Para imponerse sobre Sony, la estrategia de JVC consistió en permitir a otras firmas de tecnología comercializar videos VHS. En cambio, Sony apostó por explotar en exclusiva su sistema Betamax. En 1977, Philips incorporó el sistema de video VCR 2000, compatible con televisores PAL y SECAM. En la década de 1980, el VHS se había convertido en el formato de video no profesional más popular en el mundo (Sugaya, 1999).

En 1987 JVC introdujo el formato S-VHS, de mejor calidad de imagen que el VHS original. Para recuperar el mercado perdido, Sony desarrolló un nuevo formato, el LaserDisc, el cual fue introducido en el mercado en 1991. Ese formato era de superior calidad al S-VHS; sin embargo, su precio resultaba mucho más elevado y la distribución, no precisamente fue la más adecuada.

En 1993 Philips introdujo el formato DVD, el cual superó en imagen y sonido al LaserDisc. En el año 2000 el DVD se había convertido en el formato de video doméstico más popular en el mundo (Chambers, 2002). Sin embargo, la hegemonía del DVD fue relativamente corta.

En 2002 fue anunciado un nuevo formato en Japón, el *Blu-ray*, un disco óptico de alta definición y bajo precio. El *Blu-ray* inicialmente fue comercializado como un formato para la distribución de películas de alta definición. Sin embargo, también se ha utilizado para almacenar otros tipos de contenido, como videojuegos, música y programas de televisión. Este formato fue desarrollado por las firmas Sony y Panasonic fue lanzado al mercado en 2006 (Chambers, 2007). El *Blu-ray* utiliza un láser azul-violeta para leer los discos, lo que permite almacenar más datos que el DVD, el cual utiliza un láser rojo. Los discos *Blu-ray* pueden almacenar video de alta definición con una resolución de hasta 4K y son capaces de reproducir sonido de alta definición.

El *Blu-ray* es el formato de disco óptico de alta definición más popular en el mundo. Ha superado ampliamente al HD DVD, un formato competidor que fue desarrollado por un consorcio liderado por Toshiba. En 2016, empezaron a ser comercializados los discos *Blu-ray* 4K. El *Blu-ray* ha tenido un impacto significativo en la industria del entretenimiento y ha permitido que millones de personas puedan disfrutar en casa películas y series de televisión realizadas con sistemas de alta definición.

## 12. La alta definición. Cuando la televisión dejó de ser un medio frío

En 1964, en la primera edición del libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, el profesor Marshall McLuhan presentó una interesante propuesta para clasificar a los medios de comunicación, designándolos como medios fríos o medios calientes a partir de dos factores: la definición del medio de comunicación y el grado de participación de la audiencia.

De acuerdo con los mencionados criterios, McLuhan instaló a la televisión en el repertorio de medios “fríos”. Los medios fríos son de baja definición y, debido a la pobre información que ofrecen necesitan ser “completados” por la audiencia.

Con base en la referida tipología de McLuhan resulta pertinente formular la pregunta ¿es posible seguir considerando a la televisión como un medio frío? En primer lugar, debemos tener presente que la televisión ha evolucionado mucho, particularmente después de la muerte del destacado profesor canadiense, ocurrida el 31 de diciembre de 1980. Gracias a formidables adelantos técnicos, la definición de la imagen de la televisión ha registrado notables mejorías.

En Inglaterra, desde la década de 1940 fueron definidos los primeros estándares para la televisión de alta definición. Posteriormente continuaron en Japón, en la década de 1970, con el sistema MUSE (*Multiple sub-Nyquist Sampling Encoding*), desde la cadena de televisión NHK. Sin embargo, ese sistema era analógico.

En 1996 fue determinado el estándar digital para la HDTV —el ATSC (*Advanced Television Systems Committee*)—. La introducción de la alta definición representó una profunda revolución en la industria televisiva, favoreciendo la introducción de tecnología más avanzada. Además, fue necesario incorporar en los hogares una nueva generación de televisores, los cuales ofrecen una calidad similar a la pantalla cinematográfica. Por ejemplo, la resolución de las pantallas 8K comprende 8.000 píxeles horizontales. La nitidez y los colores son extraordinarios. El desarrollo de la televisión de alta definición además favoreció el desarrollo de pantallas de mayores dimensiones y, con acceso a Internet.

## 13. El apagón analógico

Es el término utilizado para referirse a la suspensión de las emisiones analógicas de los operadores de televisión abierta para, en lo sucesivo, transmitir únicamente señales digitalizadas (Aguaded, 2000).

El apagón analógico permite liberar ancho de banda, el cual puede ser utilizado por un mayor número de canales de televisión; además, contribuye a extender la cobertura de los canales de televisión abierta al permitirles emitir señales de TDT (televisión terrestre digital).

La compleja transición a la TDT ha estimulado el desarrollo de gran número de industrias emergentes y, por supuesto, la participación de nuevos jugadores. Fue indispensable desarrollar nuevas antenas, nuevos mandos de control remoto, nuevos televisores, etc.

El apagón analógico no ha concluido. Dio inicio en 1996 en los Países Bajos. Luxemburgo fue el primer país en haber concluido la transición a las emisiones digitales (1 de septiembre de 2006). A mediados de 2022, la mayor parte de Europa había realizado la transición a la televisión digital terrestre (TDT), gran parte de Asia, Oceanía y algunos países en África. América Central y América del Sur son las regiones más rezagadas. En Argentina, por ejemplo, la primera fase del apagón analógico concluirá en 2025. En Paraguay, en 2026.

#### **14. La televisión en tiempos de la pandemia**

El forzado confinamiento de miles de millones de personas debido a la pandemia por coronavirus (COVID-19), provocó un aumento significativo en el tiempo destinado a la televisión. La televisión se convirtió en una fuente de información, entretenimiento y compañía para millones de personas en todo el mundo.

Si bien como fuente de información los usuarios de Internet dieron prioridad a las noticias e información en las redes sociodigitales y motores de búsqueda, para el público en general y, específicamente para quienes no usan Internet, la televisión siguió siendo importante para conocer sobre la pandemia.

Las cadenas de televisión proporcionaron información actualizada sobre el virus, sus síntomas, la propagación y los esfuerzos para combatirlo. En los programas de entrevistas fueron invitados médicos y científicos a hablar sobre la pandemia.

La televisión también fue una fuente importante de entretenimiento durante la cuarentena. Las personas que estaban confinadas en sus hogares encontraron en la televisión un medio idóneo para escapar de la realidad. Los programas de entretenimiento, como series, películas y programas de comedia fueron muy populares. Las personas que estaban solas o aisladas encontraron en la televisión un efectivo distractor frente a la incertidumbre.

La cuarentena provocó un significativo incremento en el consumo de televisión. Las personas que estaban confinadas en sus hogares pasaron más tiempo viendo televisión que antes. Las cifras relativas a la audiencia de los canales de televisión aumentaron considerablemente durante este período.

La cuarentena también provocó cambios en la programación televisiva. Las cadenas de televisión adaptaron sus horarios y programas a las necesidades de las personas que estaban confinadas en sus hogares. Se emitieron más programas de entretenimiento, noticias e información de salud.

## 15. La televisión en Internet. El desarrollo de las grandes cadenas globales que han transformado al mundo en una aldea global

En 1996, Nicholas Negroponte –fundador del MediaLab en el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y accionista de la revista *Wired*, publicación dedicada a temas de cibercultura–, con notable anticipación, advirtió el impacto de Internet en la televisión. Internet transformaría a la televisión hasta convertirla en una pantalla efectivamente ubicua. No se equivocó.

En Iberoamérica, la academia dedicada a los estudios sobre televisión pasó por alto las advertencias de Negroponte. Con el advenimiento de los prosumidores fue posible advertir un sensible incremento en el protagonismo político de los públicos y su relativo empoderamiento frente a los medios masivos convencionales (Cebrián, 2004; Gil & Curiel, 2022).

Telewest lanzó en el Reino Unido en 1994 el primer servicio de televisión por cable con videos bajo demanda, los cuales podrían ser solicitados a través del correo convencional. Por ese hecho Telewest es considerada como precursora de la televisión vía *streaming*. DirectTV inició operaciones en Estados Unidos en 1995, ofreciendo un servicio similar de video bajo demanda (Soto, 2023). En 2014 DirectTV fue adquirida por AT&T por la suma de 48,500 millones de dólares. En 1997, la empresa estadounidense Real Networks introdujo el reproductor de video Real Player, que permitió ver videos *streaming* en Internet.

En 1999 Netflix comenzó a ofrecer un servicio de alquiler de videos.<sup>5</sup> Hasta 2002 Netflix se presentaba como “el servicio de alquiler de DVDs en línea más grande del mundo”. En el año 2000 introdujo un sistema de recomendación personalizado con base en calificaciones que comprendían de uno a cinco estrellas, considerando el grado de satisfacción. Los clientes calificaban los materiales que habían alquilado. Con ello alcanzó gran notoriedad.<sup>6</sup>

A partir de las recomendaciones de los clientes Netflix diseñó una inteligente estrategia sustentada en la minería de datos, la cual fue determinante en su expansión. (Gil & Pérez, 2022). En 2010 lanzó su servicio de *streaming* de video bajo demanda, como servicio OTT (*over the top*).<sup>7</sup> En 2016 ya había ampliado sus servicios en todo el mundo, con excepción de Crimea, Corea del Norte, China Continental, Irán, Irak y Siria. Netflix admite ser considerada como obligado referente en el imaginario de una televisión en Internet efectivamente ubicua.

Netflix también se ha desarrollado como un productor exitoso. En 2013 estrenó la serie *House of Cards*. En 2014 su documental *Square* fue nominado a un premio de la Academia. *El juego del calamar* –estrenado en 2021– ha sido la serie más exitosa en Netflix. En 2018

---

5 El mito relativo a la fundación de la compañía refiere que Reed Hastings –el principal accionista y fundador de Netflix– alquiló la película *Apollo 13* en Blockbuster, pero por entregarla después de la fecha estipulada debió pagar una multa de 40 dólares. Por ello decidió abrir una cadena de videoclubes. Marc Randolph, cofundador de Netflix, no confirmó ese relato y en algunas publicaciones y entrevistas ha señalado que sencillamente deseaban iniciar un negocio en Internet y eligieron los DVDs como producto.

6 En 2017 Netflix reemplazó ese sistema de evaluación por los gráficos pulgar arriba y pulgar abajo.

7 Consiste en la transmisión de audio, video y otros contenidos a través de Internet sin la participación o intervención de los operadores tradicionales en el control o la distribución de los contenidos.

Netflix se definió como una “cadena global de televisión por Internet”. En abril de 2023 la firma finalmente suspendió el servicio de alquiler de DVD. En la actualidad, son estimados 231 millones de suscriptores de Netflix –es el líder mundial– en 78 países.

Apple, una de las *Big Tech* (junto a Google, Meta, Microsoft y Amazon) comprendió el potencial del mercado de la televisión vía *streaming*. En primera instancia apostó por desarrollar un dispositivo. En 2007 introdujo el iPod Touch, un reproductor multimedia, PDA, videoconsola portátil y plataforma móvil Wi-Fi que permitía ver videos vía *streaming*. Sin embargo, ese dispositivo fue descontinuado en 2022.

Apple rectificó el rumbo, y el primero de noviembre de 2019 dieron inicio las operaciones de Apple TV+, el sistema de televisión de Apple vía *streaming*, con una tarifa de \$4.99 dólares por mes para una cuenta que podría ser compartida hasta con seis miembros de la familia. La producción de mayor audiencia en esta plataforma ha sido *Ted Lasso*, estrenada el 14 de agosto de 2020. En repetidas ocasiones Apple ha expresado interés en comprar Disney. No lo ha conseguido. Disney Plus es una de las tres plataformas de *streaming* con mayor número de seguidores.

YouTube fue creada en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, quienes laboraban en PayPal. El 23 de abril de 2005 Karim incorporó a YouTube el primer video –*Me at the Zoo*–. En agosto de 2006, según reporta Alexa, YouTube había alcanzado 7.000 millones de visualizaciones por día. Dos meses después, en octubre de 2006, YouTube fue adquirido por Google por la suma de 1.650 millones de dólares (Burgess y Green, 2018).

En 2008 YouTube, ya propiedad de Google, hoy Alphabet, dio inicio a su servicio de videos vía *streaming*, convirtiéndose rápidamente en uno de los sitios web más populares del mundo. A partir de agosto de 2018, YouTube se ha instalado como el segundo sitio más popular en Internet, solo superado por Facebook, propiedad de Meta Platforms. Si bien YouTube ha sido determinante en la expansión de la televisión vía *streaming* y ha realizado relevantes aportaciones a la democratización de los medios, su modelo de negocio no precisamente ha resultado muy rentable para Alphabet.

En la tercera semana de septiembre de 2023 YouTube dio a conocer una nueva función para su plataforma de videos cortos *Shorts*, que permite a los usuarios aprovechar las herramientas de inteligencia artificial para crear videos. La función *Dream Screen* (“pantalla soñada”) permitirá a los usuarios crear un fondo de video o imagen generado por IA, simplemente escribiendo lo que quieren ver. Con ello YouTube pretende enfrentar la competencia que ha representado TikTok.

Amazon, otra de las grandes *Big Tech*, fue fundada en 1994 por Jeff Bezos, quien la designó “marco de minimización de la lamentación”, como expresión de su arrepentimiento por no haber participado oportunamente en la explotación comercial de Internet. La firma originalmente se llamaba Cadabra, posteriormente Ratenless y, finalmente Amazon (Beck & Ryszard, 2022). En sus inicios Amazon operó como una librería en línea (Carino, 2022; Brandt, 2012); hoy es una de las *Big Tech* y es considerada una de las tres marcas más valiosas del mundo.

Amazon empezó a operar su sistema de distribución de videos en línea el 7 de septiembre de 2006, como Amazon Unbox, su servicio de televisión en Internet y, posteriormente como Amazon Instant Video on Demand. En 2013 finalmente fue transformada en

Amazon Prime Video. A partir de 2016 el servicio está disponible en todo el mundo, con excepción de China, Cuba, Irán, Corea del Norte y Siria. Amazon Prime distribuye películas y series de televisión producidas por Amazon Studios y MGM Holdings, así como las producciones de otras cadenas, eventos deportivos en vivo, servicios de alquiler y canales de televisión en vivo con o sin costo adicional. Amazon Prime es el principal competidor de Netflix.

Los servicios de *streaming* no solo modificaron la forma de ver televisión, además representaron el despegue de una nueva industria: la televisión vía *streaming*, la cual decretó el fin de la tiranía del programador, estableciendo una ubicuidad absoluta que confirmó al mundo como una aldea global.

## 16. La televisión en Internet desde la óptica de los usuarios de Internet

De acuerdo con lo asentado en el reporte *Digital 2023 Global Overview Report*, realizado por las firmas We are social y Meltwater, los usuarios de Internet en promedio dedican seis horas con 37 minutos cada día a Internet. A la televisión, incluyendo a la televisión por Internet y la televisión convencional (*broadcast*), los usuarios de Internet dedican 3 horas con 23 minutos.

Los usuarios de Internet cada año dedican mayor tiempo a la televisión en Internet y menos tiempo a la televisión convencional. Sin embargo, los usuarios de Internet siguen viendo televisión y la mayor parte del tiempo que ven televisión es la televisión convencional (54,7%) y, la televisión vía *streaming* (45,3%).

En cuanto a las preferencias en video –televisión en Internet–, los usuarios de Internet destacaron que gustan de cualquier tipo de videos (92,8%), videos musicales (50%), comedias, memes y videos virales (35,8%), videos tutoriales para aprender a hacer determinadas cosas (28,7%). Las plataformas predilectas para ver video en Internet son 1) YouTube, 2) Tik Tok, 3) Netflix, 4) MX Player, 5) Amazon Prime.

Las series de televisión más populares en Internet en inglés, en términos de cantidad de horas dedicadas durante los primeros 28 días, han sido: 1) *Stranger things* (cuarta temporada), con 1.352.090.000 horas. 2) *Wednesday* (temporada 1), 1.237.120.000. 3) *Dahmer (Monster)*, 856.220.000 4) *Bridgerton* (temporada 2), 656.260.000, 5) *Bridgerton* (temporada 1), 656.260.000.

Las series de televisión más populares en Internet en otros idiomas han sido: 1) *Squid Game* (primera temporada), con 1.650.450.000 horas. 2) *Money Heist* (temporada 5), 792.230.000. 3) *Money Heist* (temporada 4), 619.010.000. 4) *All of us are dead* (primera temporada), 560.780.000.

Internet no mató a la estrella de televisión; en realidad la convirtió en youtuber.

## Conclusiones

La televisión no solo es un medio de comunicación sino también un testigo de la historia y la sociedad. Su evolución refleja los cambios y desarrollos en la cultura, la política y la tecnología, proporcionando una ventana a la forma en que la sociedad ha experimentado y percibido el mundo a lo largo del tiempo. Es por ello que la televisión ha desempeñado

un papel crucial en diversos aspectos de la sociedad porque su relevancia no se limita a una sola función, sino que ha sido una presencia omnipresente que ha moldeado y reflejado la cultura y la realidad de su tiempo.

La televisión ha evolucionado constantemente para adaptarse a los avances tecnológicos, como cambios en la producción, distribución y consumo de contenido televisivo. Se ha identificado la necesidad de reconocer y reivindicar la presencia e influencia de la televisión en un entorno mediático cada vez más tecnológico y cambiante. La televisión ha enfrentado desafíos considerables, como la proliferación de plataformas de transmisión en línea y cambios en los patrones de consumo de medios, pero ha demostrado una capacidad continua para adaptarse y mantener su relevancia.

La televisión por Internet ha transformado la forma en que consumimos contenido audiovisual, ofreciendo una experiencia más flexible, diversa y personalizada. Su importancia radica en su capacidad para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo y satisfacer las demandas de una audiencia digital. Algunas plataformas permiten la interacción directa entre los usuarios, bien a través de comentarios a tiempo real, redes sociales, entre otras formas, creando una experiencia más participativa y social. Además, la televisión por Internet ofrece opciones más económicas en comparación con los servicios tradicionales, pudiendo elegir los usuarios los planes según sus preferencias, y evitar así pagar por canales que no utiliza.

Por todo lo anterior, la televisión actual desempeña un papel fundamental en la sociedad al servir como una fuente inmediata de información en tiempo real, siendo también un poderoso medio de entretenimiento, ofreciendo una amplia gama de programas y eventos en vivo hasta la producción de series originales en plataformas de *streaming*. A pesar de la proliferación de opciones de entretenimiento digital, la televisión actual demuestra su capacidad para adaptarse a las cambiantes dinámicas mediáticas, integrando plataformas de *streaming*, elementos interactivos y contenido diversificado, lo que la convierte en un medio versátil y relevante en el panorama mediático actual.

## Referencias

Abramson, Albert (1992). "Pioneers of Television—Philo T. Farnsworth". *SMPTE Journal*, 101(11), 770-784.

Aguaded, Ignacio (2000). *Televisión y telespectadores*. Huelva: Grupo Comunicar.

Allen, John (1992). *The History of Satellite Television*. Waltham: Focal Press.

Baird, John Logie (2004). *Television and me. The memoirs of John Logie Baird* (editado por Malcolm Baird). Edimburgo: Mercat Press.

Barnouw, Erik (1990). *Television. The Life Story of a Medium*. Oxford: Oxford University Press.

Barton, Joseph (1998). "The History of the NTSC Television Standard". *Journal of the Audio Engineering Society*, 36(10), 851-856.

Beschloss, Steven (28/11/2013). "Objects of Interest: Remote Control". *The New Yorker*.

Brandt, Richard L. (2012). *One click: Jeff Bezos and the rise of Amazon.com*. Londres: Portfolio Penguin.

Bruch, Walter (1974). "The Development of the PAL Color Television System". *IEEE Transactions on Broadcasting*, 20(3), 253-257.

- Burgess, Jean; Joshua Green (2018). *YouTube*. Cambridge: Polity.
- Carino, Mary Serene (2022) "How did Amazon Reach its Prime?". *Journal of International Business and Law*, 21(2).
- Cascajosa, Concepción; Farshad Zahedi (2016). *Historia de la televisión*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Castro de Paz, José Luis (1999). *La televisión en color: historia y tecnología*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Cebrián, Mariano (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
- Chambers, Mark (2002). *The DVD Handbook: Everything you need to know about DVD. For Dummies*. Hoboken: Wiley & Sons.
- Chambers, Mark (2007). *Blu-ray Disc: The Complete Guide. For Dummies*. Hoboken: Wiley & Sons.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (1975). "Televisión en color". *Revista Española de la Opinión Pública*, 42, 345-355.
- Clarke, Arthur C. (1992). *The Man Who Invented Television: The Life of John Logie Baird*. Harper Collins.
- Dinsdale, Alfred (1928). *Television*. Londres: Television Press.
- Fortnatale, Peter; Joshua E. Mills (1980) *Radio in the television age*. Woodstock: The Overlook Press.
- Gubern, Roman (1965). *La televisión*. Barcelona: Bruguera.
- Hilmes, Michelle; Jason Jacobs (Ed.) (2003). *The Television History Book*. Londres: British Film Institute.
- Jaramillo, Edgar (Ed.) (2003). *Evolución y retos de la televisión*. Quito: CIESPAL
- Lent, John (2004). *The Evolution of Television Technology*. Waltham: Focal Press.
- Lent, John (2017). *Television Systems: History, Technology, and Future*. Waltham: Focal Press.
- Lichty, Lawrence & Malachi Topping (1974). *American broadcasting. A source book on the history of radio and television*. Nueva York: Hastings House.
- Mallinson, John (1999). "The Ampex quadruplex recordings", en Eric D. Daniel, Denise Mee, Mark Clark (eds.), *Magnetic recording. The first 100 years (153-220)*. Piscataway: IEEE Press.
- McArthur, Tom y Peter Waddell (1986). *The Secret Life of John Logie Baird*. Londres: Hutchinson
- McLuhan, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, Marshall; Barrington Nevitt (1972). *Take today; the executive as dropout*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Monsiváis, Carlos; Juan García (1974). *La historia de la televisión en México*. México: Era.
- Negroponte, Nicholas (1996). *Ser digital*. México: Océano.
- Ostroff, Dawn (1999). *The Impact of Television on Radio: The Unintended Consequences of Technological Change*. Santa Bárbara: Praeger.
- Parsons, Patrick (2003). "The evolution fo the cable-satellite distribution system". *Electronic Media*, 47(1), 1-17.

Pérez, José Manuel (2019). *La televisión. Historia, técnica y sociedad*. Barcelona: Gedisa.

Robichaux, Mark (2005). *Cable Cowboy: John Malone and the Rise of the Modern Cable Business*. New Jersey: Simon & Schuster

Simonson, Peter; Janice Peck, Robert T. Craig; John P. Jackson (Eds.) (2013). *The handbook of communication history*. Nueva York: Routledge.

Smith, Anthony (Ed. (1995). *Television: An International History*. Nueva York: Oxford University Press.

Soto, Gloria (2023). “La era del consumo en la esfera audiovisual: series y plataformas streaming”. *Seriarte*, 12(1), 1-17.

Sugaya, Hiroshi (1999). “Consumer video recorders”, en Eric D. Daniel, Denise Mee, Mark Clark (eds.), *Magnetic recording. The first 100 years (182-200)*. Piscataway: IEEE Press.

Televisa (1979, del 23 al 27 de julio). *Segundo Encuentro Mundial de la Comunicación. La Edad de la Televisión*, Acapulco, México.

Toffler, Alvin (1981). *La tercera ola*. (Adolfo Martín, Trad.) México: Edivisión. Compañía Editorial S.A.

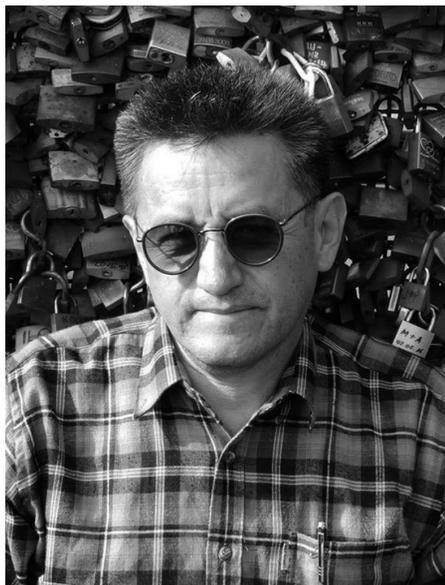
Torres, Juan Pablo (2020). *Guillermo González Camarena: el inventor de la televisión a color*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

**Trayectorias**



## Ver la realidad desde la perspectiva de los sujetos

### Entrevista con Marcelo Guardia Crespo



Marcelo Guardia Crespo es un conocido investigador de la comunicación y la cultura. Es docente de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, UCB, desde 1990. En la sede regional de UCB de Cochabamba fue director de la Carrera de Comunicación por 12 años y director del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas por seis años. Actualmente es Coordinador Regional de Investigación.

Fue promotor de la revista *Punto Cero* y de los posgrados de comunicación pioneros en el país, la Maestría en Procesos de Información y Comunicación y el Doctorado en Comunicación e información.

Su pasión por la música lo llevó a estudiar la carrera de Comunicación y ha sido fuente de inspiración de sus primeras

investigaciones. Realizó sus estudios licenciatura y maestría en Brasil y un doctorado en Madrid. Es un investigador original y crítico de los límites del campo comunicacional, lo que lo llevó a romper los cánones tradicionales de la investigación comunicacional y abrir líneas de estudio novedosas a partir de sus estudios de la música popular, la cultura, más allá de sus otras preocupaciones por el periodismo y la comunicación. A continuación se presenta la entrevista que brindó gentilmente a *Saberes y Diálogos*.

#### Formación

*Saberes y Diálogos. ¿Cómo y cuándo surge su inquietud y decisión por la comunicación? ¿De dónde surge su interés por “lo popular” en la música y la comunicación, o más ampliamente en la cultura y comunicación?*

Marcelo Guardia. Yo estudiaba Química en la UMSS, aquí en Cochabamba. Los tests de orientación vocacional arrojaron esos resultados, pero cuando llegué a la universidad vi que nada de eso me gustaba. Estuve casi cuatro años, entre estudiando y autoengañándome, hasta que comencé a hacer un programa de radio en una FM de la ciudad, sobre música. “Basta de Rock” se llamaba el programa. Eso cambió mi vida y me decidí por el camino de la comunicación.

S.D. *¿Podría hablarnos de las investigaciones que hizo como tesis de grado, maestría y doctorado? ¿Qué influyó en los objetos de estudio y problemas tratados en cada uno?*

M.G. La tesis de licenciatura fue un trabajo evaluativo de una ONG sobre producción de video. Lo hice en la Universidad Federal de Juiz de Fora, en Brasil. La tesis de maestría me permitió integrar dos intereses profundos: la comunicación y la música. “Música popular y comunicación en Bolivia; las interpretaciones y conflictos”, en la Universidad Metodista de São Bernardo do Campo, también en Brasil. Fue mi primer libro publicado.

En el doctorado también hice otra integración: las culturas populares con la legislación y deontología de la comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. “*No te metas en mi vida*”. *La vida privada e íntima en los medios de comunicación* es el nombre del libro publicado.

S.D. *¿Podría comentarnos algunos de los teóricos o libros dentro del campo comunicacional y fuera de este que marcaron su etapa de formación académica?*

M.G. Los teóricos de la Escuela de Frankfurt, Walter Benjamin, y, de la segunda época, Jürgen Habermas. También Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Antonio Gramsci, Edgar Morin, Ulrich Beck, Arjun Appadurai, Zygmunt Bauman, Howard Rheingold. En América Latina, Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco y Rossana Reguillo.

### **Formador, investigador e iniciador de procesos**

S.D. *Usted tiene una faceta como compilador, sobre todo en las publicaciones que hace con sus estudiantes de la universidad. ¿Puede comentarnos sobre esa experiencia?*

M.G. Fue un consejo de don Luis Ramiro, quien me acompañó de cerca en mis primeros pasos como investigador. Eran trabajos de estudiantes de la materia de metodología a mi cargo, que los compilaba para convertirlos en libro. Ellos ponían una cuota de 20 dólares, con lo que se cubría la mayor parte del tiraje y el resto ponía la universidad. Luego cada estudiante recibía el equivalente de su cuota en ejemplares, a precio de costo. Ganancia para todos, tanto económica como académica.

S.D. *¿Cuáles serían para usted los clásicos imprescindibles para la formación de un comunicador social hoy? ¿Tiene usted otros “clásicos” que no sean de comunicación que también desee compartir?*

El comunicador debe conocer autores de diversas disciplinas. Los autores que más contribuyen a la comunicación no son comunicadores, vienen de otras disciplinas de las ciencias sociales. Pero, sobre todo, debe entrar en debates contemporáneos y no detenerse en autores de paradigmas del siglo XX, porque ya no dan cuenta de la realidad de estos tiempos, pertenecen a paradigmas simplistas. En esos paradigmas en los que el investigador se cree sujeto y considera que los demás son objeto, en la misma mirada del modelo newtoniano de investigación moderna.

*S.D. Usted ha sido promotor, junto con otros colegas en Cochabamba, de la primera maestría y del primer doctorado en Comunicación del país. ¿Cómo explica que haya sido la regional de Cochabamba la pionera en estas experiencias?*

M.G. Había en Cochabamba un clima favorable a la innovación y generación de propuestas que situen a la universidad en el mismo nivel que las extranjeras. Ese clima estaba fortalecido por las buenas relaciones con académicos de otros países y nacionales.

*S.D. Usted fue uno de los fundadores de la revista académica Punto Cero. ¿Cuál es su evaluación sobre la producción científica comunicacional en revistas en el país y Latinoamérica?*

M.G. La revista *Punto Cero* es una revista de docentes y estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UCB-Regional Cochabamba. Fue creada contra viento y marea, con el apoyo del padre Hans Van den Berg, que es un gran impulsor de la investigación científica. Cuando salió el primer número, nos dijo “ojalá que pasen al número dos”. Ya está cerca del número 50, con siete indexaciones internacionales. Hay pocas revistas científicas indexadas en el país. Eso tiene relación con la poca investigación en niveles competitivos, aunque hay mucha producción en las universidades que no llega a profesionalizarse. Eso se ve en los eventos de ABOIC y ABOCCS. Se produce mucho ensayo que deja de lado el trabajo de campo, el encuentro con la gente, con las personas simples, lo que genera una producción teórica frecuentemente desconectada de la realidad.

### **Propuestas teóricas e intereses de investigación**

*La vida privada en los medios de comunicación*

*S.D. Para evitar las degeneraciones y distorsiones de la información en nombre de la libertad de expresión ¿cuáles serían las cualidades o valores que deberían tener los medios y los periodistas para realizar un trabajo profesional en un contexto invadido por las fake news y la postverdad?*

M.G. Muy simple: investigar los hechos para producir información confiable, comprobada y todo lo que enseñamos en las universidades. Pero la realidad de la cultura mediática no lo permite. De ahí que nuestros profesionales salen al mercado de trabajo para hacer cosas que no les enseñamos y hasta hacen lo contrario, porque los medios están condicionados por factores económicos y políticos.

La libertad de expresión ha sido usada por muchas décadas para decir cosas despegadas a la noción de verdad lógica que debiera conducir a la satisfacción del derecho a la información. Esa diferencia todavía no está asumida por muchos medios y periodistas. No se puede olvidar que la libertad de expresión protege la opinión, que generalmente es subjetiva. En cambio, el derecho a la información protege el dato comprobado y veraz. Es un derecho que fue constitucionalizado hace 15 años apenas. Todavía no está internalizado en su plenitud.

S.D. *¿Podría explicar de qué manera existe la persistente transgresión de la cultura mediática en la vida privada e íntima de los ciudadanos y cómo se extrapolaría esta misma noción al hablar de inteligencia artificial y los derechos a la intimidad y privacidad de los ciudadanos?*

M.G. La privacidad e intimidad no solamente son vulneradas por el periodismo, sino que son productos a la venta, porque generan *rating*, ventas y más audiencia también en otros géneros, como los *talk shows*, *realities*. Los medios de comunicación fueron reorientados desde la vigencia del modelo neoliberal a fines del siglo pasado. Ahora buscan optimizar ingresos y, para ello, recurren a fórmulas básicas en narrativas sensoriales, más que racionales. Los ideales del periodismo de la modernidad están muy debilitados. Por otro lado, está la afiliación a alguno de los lados de la polarización política, porque el sistema mediático ha sido cooptado por el político. A eso se suma que tenemos en Bolivia un régimen abiertamente adverso al ejercicio de los derechos de la libertad de expresión, derecho a la información y derecho a la comunicación. La inteligencia artificial todavía no tiene un uso generalizado. Es un recurso que puede ser utilizado en favor o en contra de esos derechos.

S.D. *En la actual coyuntura política y social del país, ¿de qué manera las disputas políticas inciden en el trabajo de comunicadores y periodistas y en el proceso de producción de noticias e información? ¿Cómo esto repercute en el derecho de los ciudadanos a la información?*

M.G. Como dijimos anteriormente, los medios están en alguno de los lados de la polarización; eso condiciona la libertad de prensa, la independencia y el profesionalismo de nuestros formados. Sin embargo, hay prácticas periodísticas honrosas que persisten pese a un acoso permanente a través de mecanismos de control con los que al poder ya no le preocupa modificar la normativa a su favor (leyes mordaza). Con estas medidas de persecución a medios y periodistas independientes, restricción de la pauta publicitaria de empresas estatales, uso de oficinas como Impuestos y otros, se ha logrado contaminar el sistema mediático, tanto que, importantes empresas están siendo asfixiadas económicamente.

Somos un país desinformado por causas estructurales y los medios masivos no hacen lo suficiente. Felizmente, con aciertos y debilidades, surgieron las redes sociales, que es el espacio en el que se genera la opinión pública de manera informal, pero, pese a lo reñido con la información ideal, con más libertad que en el sistema mediático.

S.D. *Usted propone la formulación de una Ley de Comunicación en “diálogo con equidad de condiciones”, participativa e inclusiva con las TIC y medios digitales, que regule el actual mundo globalizado en el que vivimos. ¿Considera que actualmente habría condiciones para lograr un equilibrio entre normativa (Ley de imprenta) y libertad de expresión y prensa?*

M.G. Esa fue una de las propuestas de mi tesis doctoral. Ahora ya no la sostengo porque las condiciones de autoritarismo se han diseminado y encarnado en los políticos, de tal manera que, sería un riesgo intentar algo de semejante dimensión y trascendencia. Considero que el equilibrio debe ser entre la normativa y el derecho a la información más que la pura libertad de expresión, por lo dicho líneas arriba.

*El meme y su vida política*

S.D. En su libro *La vida política del meme* se señala que “el uso intensivo de las redes ha democratizado el acceso a la palabra, a la información y a la expresión”. En Bolivia hubo intentos para regular las redes sociales (Proyecto de Ley 304).

M.G. Esos intentos, felizmente fracasados, hacen parte de esa tentación autoritaria que se asume como portadora de la verdad absoluta. El anterior presidente afirmaba con frecuencia que hay que hacer una ley para que los medios digan la verdad. Afirmó lo mismo para las redes. Al constatar que esa idea es un absurdo inaplicable, abrieron la Dirección Nacional de Redes, quince días después del referéndum del 21 de febrero de 2016, cuando el escenario político se trasladó de los medios a las redes sociales. Pero esa dirección no fue pensada en sintonía con los derechos de expresión, información y comunicación. Sirvió para declarar, pocos meses después, la “guerra digital” y luego capacitar cientos de “guerreros digitales”. El absurdo llevado al extremo. Exactamente lo contrario a los derechos humanos relacionados con la comunicación.

S.D. Usted refiere que una de las características del sujeto en las redes sociales es su cualidad de fragmentado. ¿Se podría pensar que la comunicación actual también es fragmentada?

M.G. La comunicación no solo está fragmentada, sino que las nociones de información, verdad y conocimiento también. Ahora, más que nunca, es necesario pensar en la importancia de la convivencia entre diferentes, tal como lo establece el principal concepto del Estado Plurinacional, es decir, el pluralismo. Porque no es posible pensar que existe una sola verdad, como proponía la modernidad. Estamos perdiendo la capacidad de comunicarnos con entendimiento. No sé si algún momento la tuvimos. Ahora la verdad tiende a ser impuesta; basta recordar si “fue golpe o fraude”. Y los medios de comunicación, los mensajes que circulan en las redes sociales y los discursos sociales de las calles y las organizaciones e instituciones hacen parte de ese trágico juego de poder.

S.D. Si ahora todo está fragmentado, entonces, comunicacionalmente hablando, el vaciamiento de sentido y la crisis de referencialidad de la modernidad donde “todo lo sólido se desvanece”, ¿no hace que esta nueva comunicación sea desesperanzadora?

M.G. Por un lado, sí; pero, por otro lado, no, porque, pese a toda esa crisis de confianza en las instituciones delegadas para informar, como lo es el periodismo, los ciudadanos se dan modos para construir sus percepciones de la realidad social, política, cultural y ambiental. Lo hacen de manera precaria, pero con aciertos que se alimentan de racionalidad y emocionalidad, gracias a la activación de la inteligencia colectiva, no artificial, sino natural; que ocurre en las redes sociales y los ecosistemas complejos, donde los medios de comunicación perdieron protagonismo. La percepción de las personas se construye de acuerdo con los referentes que vienen de los mundos que lo rodean y a los que accede, sean éstos reales o imaginarios.

*S.D. Cuando en La vida política del meme se señala que ahora en las redes sociales todos son emisores y receptores al mismo tiempo, que ya no hay objetividad, sino procesos intersubjetivos, ¿cómo se ve este “desplazamiento” en el ejercicio periodístico y comunicacional?*

M.G. La intersubjetividad ocurre también frente a los contenidos generados por el periodismo. Sabemos por la teoría que la significación se produce en contextos de vida cotidiana, por tanto, no es posible seguir pensando que una noticia es portadora de verdades absolutas, porque, dependiendo de los referenciales de los individuos, esa “verdad” puede ser vista como “mentira”. Eso siempre fue así, porque la mente humana tiene la capacidad de analizar y dudar de lo que recibe, esa no es una capacidad especial que la tienen solamente los intelectuales. Cuanto menos referentes tenga el ciudadano, tanto más susceptible es de creer lo que ve. Por eso es importante informar, informar e informar, desde nuestra profesión.

*S.D. Ante la puesta en crisis de la verdad como valor moderno, ¿qué otros valores deberían promover y practicar los periodistas y comunicadores desde su ejercicio profesional?*

M.G. El hecho de que la noción de verdad “única” está en crisis nos obliga a pensar que hay más verdades sobre una misma realidad, que deben convivir para llegar a acuerdos. Para el periodismo, el valor de la verdad debe mantenerse. Eso no puede cambiar. Nuestra profesión tiene a la información veraz como la materia prima de trabajo. Hacemos todo para buscarla y alcanzarla. Para eso estudiamos tantos años.

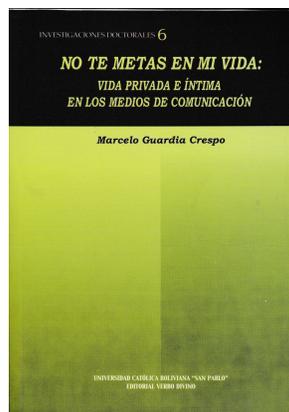
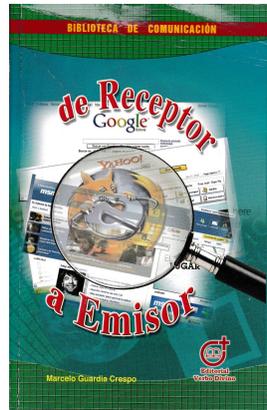
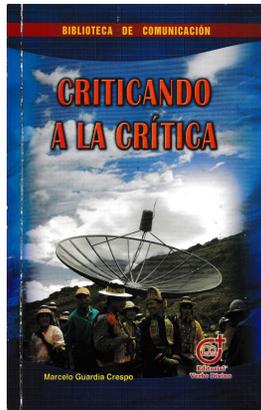
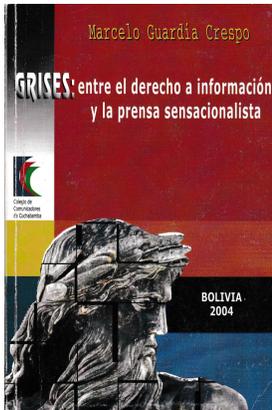
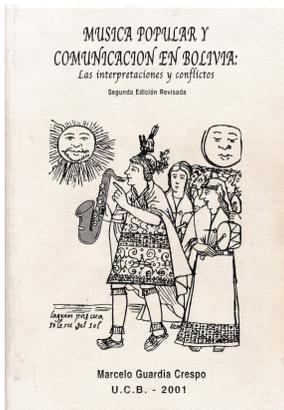
*S.D. Usted habla de la “fugacidad del conocimiento” con el apogeo de las redes sociales, sobre todo en el meme en Facebook, haciendo una diferencia con el Tik Tok. ¿Se podría pensar que las redes sociales se han convertido en un espacio que, sin pretender, “educa”?*

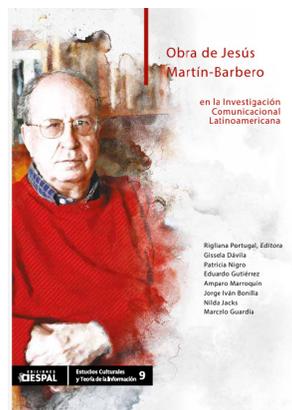
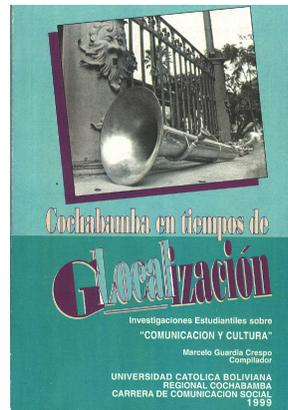
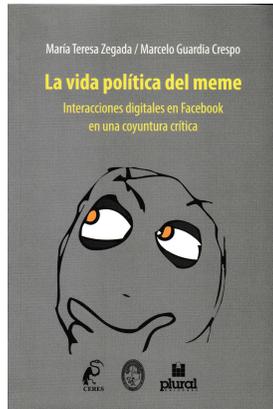
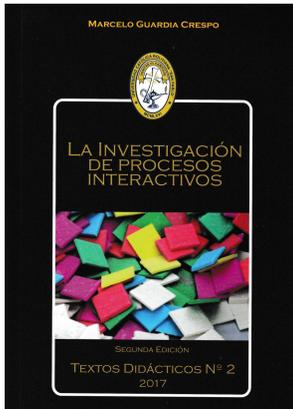
M.G. Cualquier medio, formato o contenido puede educar. Basta que el receptor aprenda algo, ya se está generando un proceso autoeducativo que puede no haber sido previsto ni planificado por el productor, pero genera apropiación y aprendizaje. La telenovela acaba educando, el *talk show* de *Laura en América* enseña derechos humanos, aunque lo haga en un formato bochornoso. La gente más humilde y vulnerable aprende cosas de la cultura masiva porque no tiene otros espacios donde le enseñen.

Del mismo modo, el *TikTok* puede enseñar sin tenerlo planificado, aunque hay muchos *tiktokeros* que están enseñando muchas cosas intencionalmente.

*S.D. Con las redes sociales, los medios digitales y ahora la inteligencia artificial, que de alguna manera desplazaron a los medios masivos tradicionales de comunicación, donde “la realidad puede ser única pero las miradas se multiplicaron”, ¿qué papel tiene la subjetividad en las ciencias sociales y en la comunicación?*

M.G. La subjetividad ha sido negada y considerada un obstáculo para la modernidad, tanto en la ciencia como en el periodismo. Hasta que se descubrió que la subjetividad es tan importante como lo objetivo. La subjetividad es un dato social, dijo Habermas, en los años ochenta.





En la investigación transdisciplinaria es fundamental no solo escuchar la verdad de las personas simples, sino tomarla como un tipo de conocimiento tan valioso como el científico. El académico tiene el rol de hacer dialogar todos los tipos de conocimiento, para generar nuevas verdades. Volvemos a la dialéctica clásica.

En el periodismo, ocurre lo mismo. Ya acabaron los tiempos en los que se pensaba que decir que “el cielo es rojo” por la televisión, era suficiente para persuadir al público. Las fuentes de referencialidad se multiplicaron vertiginosamente y las “verdades” subjetivas también se encriptaron como pensamientos mitológicos, dogmáticos e incuestionables.

Sostengo que el mundo imaginado, del que hablo en mis últimas producciones, es a veces mucho más fuerte que cualquier contenido persuasivo, venga de los medios o de las redes sociales. Ello no impide que en una estrategia persuasiva se puedan utilizar elementos de esas estructuras mitológicas, para tener éxito como periodista o comunicador. Los publicistas son muy hábiles en eso.

*S.D. En tiempos de desinformación ¿de qué manera las redes sociales generan una “condición comunicacional” que es “portadora de conciencia crítica”?*

M.G. Las redes sociales no son entidades, instituciones ni actores capaces de hacer algo. No se les puede exigir nada porque son simples conexiones entre personas como cualquiera de nosotros que interactúan por intereses propios, amplificadas por los algoritmos. La condición comunicacional es un estado o capacidad de participar de esas redes como usuario que recibe, emite y produce contenidos.

La criticidad no está en las redes ni en los medios. Está en la mente de las personas, que tienen más conciencia crítica dependiendo de su repertorio de información con el que cuentan o al que pueden acceder.

*S.D. ¿Las realidades, los lenguajes, las plataformas, los formatos, los medios digitales actuales rebasan la teoría y la reflexión sobre los cambios fácticos de la comunicación de hoy en nuestros países latinoamericanos o en Bolivia?*

M.G. Sí, la investigación, la reflexión y la producción teórica están detrás o después de los sucesos. Tal vez en el pasado estuvieron al frente, anticipando los hechos. Ahora ocurren las cosas y la academia demora en comprender lo ocurrido. Lo triste sería no llegar a comprender. Los sectores autodenominados “críticos” son los que normalmente son más acríticos. Tengo un librito que se llama *Criticar a la crítica*.

*S.D. Usted caracteriza la comunicación de hoy como “multidireccional, horizontal y rizomática”. ¿Cómo se manifiesta esto en tiempos de fake news y postverdad? Por otro lado, el hecho de que, tal como usted afirma: “Hoy también los acontecimientos pueden ser creados en las redes”, ¿qué implicancias tiene para el debate sobre la democracia?*

M.G. La noción de mentira existe desde que existe la de verdad. Está en los mandamientos del judeo-cristianismo: “No mentirás”, en el “Ama Llulla” de los Incas. Solamente que ahora es digital, veloz y efímera. Circula en todos los componentes del ecosistema comunicacional contemporáneo.

Las mentiras no solo son creadas en las redes, también lo son en los medios, en las instituciones, en las organizaciones, en el Estado, en los partidos, etc. Su implicancia es la misma de siempre, los políticos mienten como si fuese una gran virtud. La gente lo sabe. Así como las mentiras se multiplican y cunden, las capacidades de defensa también se afinan.

*S.D. En el contexto actual, ¿cómo se constituyen los nuevos referentes políticos y discursivos?*

M.G. *El escenario de debate político* más importante en el presente son las redes sociales y sus dispositivos. Los medios de comunicación están cooptados por el sistema político, perdieron espacio. En el contexto actual no es posible aislar las luchas políticas del contexto global. El proyecto del MAS es latinoamericano (ALBA) y está conectado con intereses de China, Irán y Rusia. La oposición se alinea fácilmente con el otro bloque euroamericano de poder. Ambos buscan el control de los recursos naturales para la producción industrial que está orientada al crecimiento económico que es extractivista. Ambos nos empujan a la catástrofe ambiental, aunque nuestros discursos locales sean ambientalistas.

En países como el nuestro, además, lo político se contamina con el autoritarismo, la corrupción generalizada, la vulneración del Estado de Derecho y el narcotráfico.

En esa sopa insalubre de ingredientes se construyen discursos cargados de contenidos escatológicos, promesas utópicas y contradictorias con la práctica de los partidos y los ciudadanos. La democracia es un ideal por el que los actores conducen sus acciones y hasta mueren, porque no hay un solo concepto de democracia. La lucha por el sentido de las palabras y las cosas es la marca de estos tiempos en los que los académicos tenemos que hacer muchos esfuerzos para no equivocarnos y para no hacerle el juego al poder.

*El entorno comunicacional contemporáneo*

*S.D. Si vivimos en “un tiempo de lucha por las nuevas formas de producción de verdad”, cuya hegemonía se encuentra en crisis y se ha desplazado a redes sociales, ¿qué opina del cierre de varios periódicos en nuestro país y el cambio de hábitos de lectura de los ciudadanos “fragmentados”?*

M.G. El cierre de periódicos es señal de la derrota de los ideales de la comunicación y el periodismo. Estamos en tiempos de incomunicación, de imposición y autoritarismo retrógrado. Hay que seguir luchando por los viejos ideales de la profesión.

Los hábitos de lectura han cambiado, ya no se lee en el sentido ilustrado del pasado, las personas acceden a la información en formatos rápidos, directos y sintéticos (memes, gifs, tiktoks, tutoriales, etc.). Los estudiantes acceden al pensamiento de grandes teóricos a través de cientos de tutoriales, PDF, PPT, etc., que facilitan el conocimiento. Dejaron de leer textos grandes, pero leen todo el tiempo lo que está en las redes y, cuando se lo proponen, se informan de manera autónoma e inmediata.

S.D. *¿Qué rol deberían tener los medios masivos de comunicación, los comunicadores y los periodistas, cuando “la crítica y el cuestionamiento [al poder] no deben existir”? ¿En qué medida esto afecta a la democracia?*

M.G. Los roles pensados para los medios masivos se han convertido en idealismos y utopías. Los medios han asumido y priorizado el proyecto de empresas lucrativas. La satisfacción del derecho a la información es adaptada a sus intereses y la gente está consciente de ello. Siguen informando; en algunos casos, de manera profesional técnica y éticamente correcta, pero en otros casos generando *fake news*, con mucha torpeza.

S.D. *Usted es crítico de ciertas nociones paradigmáticas y teóricas y propone bajar a la comunicación de idealismos románticos sobre el “verdadero” fin de esta para “atender desafíos concretos”. En este contexto, ¿cuál sería el papel de la academia? ¿La academia está respondiendo a esta urgencia teórica crítica, sin “mitologías”?*

M.G. El trabajo con comunidades enseña a trabajar sobre problemas sociales reales que afectan a las personas en los ámbitos económicos, políticos, culturales y ambientales. Es momento de resolver problemas de discriminación, exclusión social, abuso de poder, racismo, violencia de género, problemas intrafamiliares, feminicidio, migración, acceso a la educación, etc., que afectan a sectores vulnerables. Para ello es necesario entender sus proyectos de vida en esa oscilación entre la cultura local y la global, con sus expectativas de movilidad social y progreso. Considero que no cabe repetir los proyectos utópicos del pasado y, peor, querer imponerlos en el ejercicio de poder que supone ser académico o “intelectual comprometido”.

Creo que es cuestión de opción. Yo prefiero incidir en problemas reales y no intentar vanamente proclamar idealismos heredados de la ilustración, sean de derecha o de izquierda. Ahí, considero que hay otro sentido de criticidad y de compromiso con lo social.

S.D. *Usted apuesta por un pensamiento complejo, por la transdisciplinariedad y la interdisciplinariedad y por el entendimiento de la comunicación en su naturaleza multidimensional. ¿Cómo la investigación comunicacional en Bolivia o América Latina aborda los fenómenos sociales desde estos enfoques?*

M.G. Son enfoques relativamente nuevos. Hay importantes investigadores que trabajan esas perspectivas junto con otras disciplinas. La comunicación por sí sola no tiene recursos para abordar los problemas sociales. Hace falta sacudirse un poco de la pureza de nuestra disciplina y abrirse a las demás, no solo sociales, sino también las otras que sean necesarias. A eso se suma que no acabamos de entender los cambios de paradigmas que ocurrieron a fines del siglo pasado, el facilismo de las visiones efectistas junto con la supuesta acriticidad de los públicos y otros vicios del marxismo, funcionalismo y estructuralismo que siguen intactos en las universidades.

La investigación para muchos académicos sigue sosteniendo la relación sujeto-objeto, que deshumaniza al ciudadano.

*La tarea de ser críticos*

*S.D. Usted, hace varios años ya, hablaba sobre “la difícil tarea de ser críticos”, más aún con la llegada de la globalización. En este contexto, ¿cuál sería ahora su opinión sobre la crítica en tiempos post redes sociales, postpandemia y con auge de la inteligencia artificial?*

M.G. Tiene que ver con lo que acabo de afirmar líneas arriba. Considero que el núcleo de lo que puede ser un pensamiento crítico es superar el paradigma moderno de ciencia moderna, cuyos elementos fuertes he mencionado anteriormente y “bajar” a dialogar con las personas de la calle, respetando sus visiones y tomándolas como verdaderas y legítimas, aunque no encuadren en nuestros modelos ilustrados de conocimiento o verdad, instalados poderosamente en nuestras mentes. Hay cosas que no pueden cambiar, como la obsesión de la búsqueda de verdad, que existe desde tiempos antiguos, solamente que ahora sabiendo que viene cargada de subjetividad, que se construye en contextos complejos, veloces e imprevisibles.

*La obra de Jesús Martín-Barbero*

*S.D. Usted rescata en varias oportunidades a Jesús Martín-Barbero. ¿Qué libros son de lectura obligada para un comunicador? ¿Podría referirnos tres aspectos o conceptos clave que usted rescata de la obra de Martín-Barbero?*

M.G. Lo más importante de la obra de Martín-Barbero es que fue mutando. Nunca vi una teoría social que haya tenido, al menos cuatro actualizaciones en aproximadamente tres décadas. Tanto que el primer modelo de mediaciones es bastante diferente del de la última versión, que la reformuló poco antes de morir y que sigue siendo trabajada por sus seguidores más próximos. En este último, por ejemplo, ya no está el factor de recepción que generó tantos trabajos y experiencias en la academia latinoamericana, conocidos como estudios de recepción o de audiencia. Inclusive en los grupos de trabajo de las asociaciones de investigadores ha perdido fuerza. El receptor se convirtió en potencial emisor.

La contribución de Martín-Barbero es vastísima, amplia y profunda. Es una obra que amerita seguir siendo analizada. El problema es que las lecturas hechas suelen ser simplistas y hasta tergiversadoras. “El nivel de la academia es muy bajo”, me dijo en una entrevista que le hice en los años noventa.

Utiliza la palabra “mutaciones” para demostrar que la teoría está cambiando permanentemente. Ojo que “mutación” no es “simple cambio” o adaptación, es transformación de fondo. Algo que se transformó en otro algo. Y eso es lo que ocurrió con la comunicación, con los medios, las TIC, la noción de verdad, el conocimiento, la investigación, con el ciudadano. O sea, no podemos seguir pensando con ideas del siglo XX, menos con las del XIX.

## Recomendación

S.D. Con toda su experiencia como académico, como investigador, como comunicador, ¿qué consejo podría darle a los que recién empiezan su camino profesional?

M.G. Que investiguen con la mente y el corazón abiertos hacia los demás, en una actitud fraterna más que compasiva e intelectual, intentando ver la realidad desde la perspectiva de los sujetos.

## Libros de Marcelo Guardia Crespo

- *Paneo. Del informativo a la ficción.* Cochabamba, Cochabamba, Fojas G, 1996.
- *Cochabamba en tiempos de glocalización,* Cochabamba, Universidad Católica Boliviana, 1999.
- *Música Popular y Comunicación en Bolivia,* Cochabamba, UCB, 2001.
- *Repolitizar la Investigación en Comunicación y Cultura,* Cochabamba, UCB, 2002.
- *Interacciones: la dimensión comunicacional de la cultura,* Santa Cruz de la Sierra, UPSA, 2003.
- *Grises, entre el derecho a la información y la prensa sensacionalista,* Cochabamba, Colegio de Comunicadores de Cochabamba, 2004.
- *Criticando a la crítica,* Cochabamba, Verbo Divino, 2007.
- *De receptor a emisor: construcción de ciudadanía en un nuevo paradigma,* Cochabamba, Verbo Divino, 2011.
- *Interacciones 2.0. Reflexiones sobre comunicación y Cultura,* Cochabamba, Plicare, 2012.
- *No te metas en mi vida: vida privada e íntima en los medios de comunicación,* Cochabamba, Verbo Divino, 2012.
- *La investigación de procesos interactivos. Textos didácticos No. 2,* Cochabamba, SECRAD-UCB, 2017.
- (Coautoría con María Teresa Zegada) *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica,* Cochabamba, CERES; UCB; Plural Editores, 2018.
- *Mundos de referencialidad,* Cochabamba, UCB, 2021.



**Reseñas**





### Esperanza Pinto Sardón

*Historia de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el campo académico de la comunicación (1900-1932).*

La Paz: Hiperactiva.

2018

204 p.

Desde 1990, con la obra *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*, de Luis Ramiro Beltrán, Carlos Suárez y Guillermo Isaza, se inaugura una nueva alborada en la recopilación de investigaciones en comunicación en Bolivia<sup>1</sup>. A esa corriente se suman dos

1 El libro reúne 2.000 referencias bibliográficas sistematizadas en siete categorías de estudio: 1) Medios de comunicación, 2) Periodismo y periodistas, 3) Bibliografías, directorios, inventarios, 4) Libertad de Información, 5) Legislación, 6) Propaganda, publicidad, opinión pública y 7) Comunicación y Desarrollo. En la primera categoría se visibilizan 1.365 trabajos. En otras palabras, el tema los medios de comunicación genera mayor interés en los investigadores.

valiosos trabajos: 1) *Una actualización biblio-hemerográfica de los estudios sobre comunicación en Bolivia 1990-2000*, escrito por Karina Herrera Miller (2000)<sup>2</sup>, y 2) *Bibliografía boliviana en Comunicación. Líneas de pensamiento, temas y autores*, de Erick Torrico Villanueva (2017)<sup>3</sup>.

Por otro lado, un aspecto alarmante que destacan Beltrán, Suárez e Isaza es que la literatura científica sobre investigación en comunicación es “escasa” en el país. Especifican que 1) no existen centros especializados en el tema; 2) las carreras del ramo no cuentan con “programas regulares y amplios de investigación”; y 3) las entidades políticas y empresas privadas, con poca frecuencia, encomiendan una indagación científica relacionada al caso. En síntesis, el interés de generar material científico en comunicación es “obra de la voluntad individual aislada” (1990: 2).

2 En el primer capítulo se expone el trabajo de compilación realizado por Carlos Soria Galvarro. En el contenido, el también periodista concluye que, tras dos lustros, el panorama en estudios en comunicación revelado por Beltrán, Suárez e Isaza no cambió significativamente. No obstante, destaca la aparición de nuevas tendencias de estudios, varios de ellos de carácter colectivo, “con mayor rigor académico y de ámbitos temáticos más diversos”. Asimismo, distingue la emergencia de investigadores jóvenes. (Herrera, 2000: 13). En el segundo capítulo, Herrera, en conjunto con Esperanza Pinto Sardón, Paola Valverde y Julián Sánchez, presentan la producción intelectual en comunicación de grandes figuras como Luis Ramiro Beltrán, Raúl Rivadeneira Prada, Adalid Contreras Baspineiro, Erick Torrico Villanueva, José Luis Aguirre Alvis, Marcelo Guardia Crespo y Rafael Archondo Quiroga. Finalmente, Herrera, en el tercer capítulo, realiza una radiografía de las revistas especializadas en materia comunicacional.

3 En el texto, el autor pone en evidencia que en el periodo 2001-2015, “la producción intelectual sobre Comunicación y su consiguiente divulgación bibliográfica se incrementaron” (Torrico, 2017:15). No obstante, señala que las condiciones en las que se desarrolla dicha producción no han variado de manera substancial. “El voluntarismo, la iniciativa individual y la cooperación circunstancial de agencias extranjeras o de organizaciones no gubernamentales, financiadas por ellas, continúan siendo el principal origen de las acciones que dan como resultado alguna publicación” (Torrico, 2017: 15).

En paralelo, Esperanza Pinto Sardón<sup>4</sup> elabora su trilogía “Investigación Comunicacional Boliviana” compuesta por: 1) *Situación de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el avance del campo de estudio de la comunicación, 2000-2010* (2015); 2) *Historia de la investigación comunicacional boliviana, 1848-1879, y su relación con el campo de estudio de la comunicación* (2015); e 3) *Historia de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el campo académico de la comunicación, 1900-1932* (2018). Este último será materia de la presente reseña.

Dicho libro –compuesto por 204 páginas, seis capítulos, cuatro anexos, 11 tablas y dos figuras– tiene como principal objetivo:

establecer una propuesta del desarrollo de la historia de la investigación comunicacional boliviana en el periodo 1900-1932 a

---

En ese marco, presenta un “cuadro actualizado” de libros que se publicaron en los primeros tres lustros del siglo XXI. Bajo esa lógica, *Bibliografía boliviana en Comunicación. Líneas de pensamiento, temas y autores*, que cuenta con 168 páginas, está organizada en siete capítulos: 1. Mirada a la producción bibliográfica boliviana en Comunicación, 2) Aspectos sociopolíticos y normativos del lapso estudiado, 3) Contextos editorial y académico de la producción intelectual boliviana, 4) Estrategia metódico-técnica, 5) Autores y autoras en cifras, 6) Registro bibliográfico por autor/a/es y 7) Sobre las líneas de pensamiento teórico y profesional, un apartado de fuentes y cuatro anexos.

4 La comunicóloga, investigadora, guionista y catedrática cuenta con una producción intelectual extensa de ensayos, ponencias y libros como *Aula Libre* –Jaime Iturri y Juan Carlos Montenegro en la dirección y coordinación– (1984), *Enfoque marxista de los elementos del proceso de la comunicación masiva a través de la comunicación en el proceso de liberación de Armand Mattelart* (1990), *La comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes* –en coautoría con Luis Ramiro Beltrán, Karina Herrera y Erick Torrico– (2008), *Problemas teóricos y factores estratégicos de la investigación comunicacional* –en coautoría con Erick Torrico– (2013), entre otros.

través de las transformaciones de las *entidades auspiciadoras*, características de los *autores*, consistencia de las *obras* y la relaciones que establecieron con el avance del campo académico de la Comunicación en el periodo señalado (Pinto, 2018: 5).

En la primera parte, “Puntos de partida”, se presenta la hoja de ruta del proyecto “Investigación Comunicacional Boliviana” que está vinculado a su historia. Un estudio que abarcó 22 años (de 1988 a 2010). En ese tiempo, se presentaron una serie de aproximaciones de interés indagatorio (ponencias, propuestas, artículos científicos y otros).

Dentro de ese orden de ideas, en la fundamentación del libro se realiza una síntesis histórica de las reflexiones en torno a la comunicación en Bolivia. De acuerdo con Luis Ramiro Beltrán (1990), Santiago Vaca Guzmán fue el primero en escribir un ensayo sobre el tema, titulado *Medios de publicación*. No obstante, Carlos Carafa fue el pionero en los abordajes comunicacionales con rigor científico. En 1974 difundió un trabajo sobre “medios de comunicación social, bajo un enfoque de interés socio-demográfico”. A esa tendencia se incorporaron Guadalupe Ábrego, Raúl Rivadeneira y Alfonso Gumucio (Beltrán, 1990, citado en Pinto, 2018: 21).

Siguiendo esa línea de tiempo, en los años noventa, según Erick Torrico, se dio un “cambio substancial” que coadyuvó a enriquecer el campo de la investigación en comunicación en territorio nacional, mediante 1) la inauguración de posgrados en 1996; 2) la creación, también en 1996, del Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación (CIBEC); 3) el aumento en número de publicaciones

sobre ese ámbito a escala nacional; y 4) la participación de investigadores en diferentes encuentros regionales en comunicación (Torrico, 2017: 22).

Esta primera parte es esencial para comprender la génesis y los pormenores de la trilogía “Investigación Comunicacional Boliviana” que Pinto propone. El carácter explicativo y dinámico del libro es un referente para organizar una indagación científica de largo alcance. La redacción diáfana y el diálogo con los autores plasmados en las primeras páginas nos introducen en la autopista de los estudios biblio-hemerográficos de la comunicación.

En el apartado dedicado al “Marco teórico” se realiza una apretada síntesis para explicar en pocas carillas los aportes conceptuales de la historia de la ciencia. De ese modo, se señala a algunos de sus más prominentes precursores: August Comte (1798-1857), Paul Tannery (1843-1904), George Sarton (1884-1956) y Francisco Vera (1888-1967). De Sarton se rescata que “la base de la historia científica es la bibliografía” y que “los mejores elementos de cualquier bibliografía no se pueden obtener antes de haber investigado el tema”. En otros términos, “cualquier cuestión debe empezar con una bibliografía y debe terminar con otra bibliografía mejor” (Pinto, 2018: 32).

Sumada a esa explicación, se dilucida el papel de la sociología de la ciencia, que establece el nexo de la ciencia y la sociedad (relaciones de tipo estructural, organización, procesos de producción, difusión, usos y funciones, entre otros) (36) y la importancia de uno de sus precursores: John Desmond Bernal (1901-1971). Acto seguido, se resume la relevancia de la filosofía de la ciencia, mediante los planteamientos de Thomas Kuhn, autor

de la célebre obra *La estructura de las revoluciones científicas*.

Para explicar los ejes conceptuales de la indagación científica, Esperanza Pinto Sardón nos inserta en el modelo “heurístico” de Raúl Fuentes, “Estructuras del campo académico de la Comunicación”, una construcción teórica basada en las lecturas de Anthony Giddens y Pierre Bourdieu. Ese modelo “consiste en entender la *matriz disciplinaria del campo*, a través de tres modalidades de prácticas académicas: *producción del conocimiento, reproducción de ese conocimiento y su aplicación*” (Pinto, 2018: 45).

Otros acápites que son desarrollados en el marco teórico son: “La comunicación como fenómeno social”; “La comunicación como campo de estudio, problemas teóricos y pistas para salir de la incertidumbre” y “La investigación comunicacional en los contextos norteamericano, europeo y latinoamericano”.

Ese capítulo cierra con un examen de los modelos de análisis en comunicación en diferentes coyunturas y épocas. A continuación, se subrayan tres grandes hitos que marcaron a fuego el cambio en la institucionalización de la investigación comunicacional latinoamericana: 1) la fundación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), en 1959; 2) la creación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), en 1978; y 3) la instauración de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS), en 1981.

En la parte tres, la autora detiene las agujas del reloj y nos traslada a un escenario marcado, a escala global, por el auge del estaño, la Primera Guerra Mundial (1914-1919) y la caída de la Bolsa de Nueva York

(1929), que desató el desplome de los precios del estaño. Luego, mediante el diálogo con autores de la talla de Herbert Klein, Guillermo Lora, Alipio Valencia, entre otros, especifica los principales acontecimientos que se desarrollaron en los primeros tres decenios del siglo XX (delimitación temporal del texto): 1) La emergencia del Partido Liberal (1899-1920); 2) la formación de organizaciones de trabajadores de tipo mutualista y sindical; 3) la llegada de los gobiernos republicanos (1920-1931); 4) la creación del Partido de Unión Nacionalista, dirigido por Hernán Siles Reyes (1927), que fue el germen de uno de los frentes políticos más importantes de la historia de Bolivia, el Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR); y 5) el inicio de la Guerra del Chaco (1932-1935).

En ese periodo histórico, se pone de relieve la creación de *El Diario* (1904). En su sección “Páginas Libres” participaron una pléyade de jóvenes vanguardistas: Franz Tamayo, Abel Alarcón, Fabián Vaca Chávez y Alcides Arguedas (Pinto, 2018: 80).

En síntesis, los avatares del periodo histórico de 1900 a 1932 se materializan en dos momentos: 1) la etapa de 1899 a 1913, cuando el liberalismo cobró gran protagonismo y 2) la época comprendida entre 1913 y 1932, en la cual las “posiciones no tradicionales” ingresan con fuerza al país: el anarquismo, el marxismo, el “socialismo”, que en realidad es el germen del nacionalismo.

En la parte cuatro la autora nos sumerge en la estrategia metodológica del estudio. De inicio, Pinto (2018) aclara que su trabajo es de tipo “exploratorio”. Es decir, se pretende “explorar algo poco investigado y desconocido” (86).

A continuación, desarrolla el corpus de indagación científica que está compuesto de tres partes: 1) *Obras* “relacionadas con la investigación comunicacional en el periodo de estudio” (libros, folletos, investigaciones de largo aliento, ponencias, ensayos y otros formatos); 2) *Los autores* de las obras; y 3) *Datos* sobre las *entidades auspiciadoras* (públicas o privadas).

Se culmina esta sección con los métodos utilizados –teórico (análisis-síntesis) y empírico (la observación)–, las técnicas –observación documental y lectura analítica– y el esquema gráfico del modelo de análisis.

Planteados los ejes teóricos, históricos, metodológicos, se ejecuta el “Procesamiento de la información análisis y su interpretación” (capítulo cinco). En este apartado, se recoge la información de dos bibliógrafos –Arturo Costa de La Torre, en su libro *Catálogo de la bibliografía boliviana*, y Luis Ramiro Beltrán, con Carlos Suárez y Guillermo Isaza, en su *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*– y se procede a la recolección de información en cuatro repositorios importantes: la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés (Sección Obras Bolivianas), la Biblioteca “Arturo Costa de la Torre” de la Casa de la Cultura, la Biblioteca “Casto Rojas” del Banco Central de Bolivia y la Biblioteca y Archivo Histórico de la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia (Pinto, 2018: 101).

Así, la indagación científica se centra en tres figuras de la comunicación y el periodismo: León M. Loza (1878-1954), Eduardo Rodríguez (1885-?) y Ángel Salas (1894-1970). Para el vaciado de datos, se utilizaron los tres corpus mencionados líneas arriba: 1) los *autores* (género,

datos biográficos, títulos obtenidos, membresías, actividades profesionales, cargos ocupados, distinciones y obras publicadas); 2) las *obras* (título, tema, objeto de estudio, paradigma, enfoque teórico, aproximación metodológica y nivel de construcción del conocimiento); y 3) la *entidad auspiciadora* (circunstancias de creación, objetivos, permanencia institucional y características del auspicio).

En las páginas que siguen, subrayo la incesante labor de búsqueda bibliohemerográfica, la síntesis y la redacción singular y creativa de la comunicóloga Pinto Sardón.

Bajo esa lógica, en la presente reseña pretendo destacar el rol de Ángel Salas, un personaje que marcó con tinta indeleble los anales del periodismo boliviano, a partir de la paleta de contenidos que nos brinda la autora.

De la síntesis del libro se colige que la carrera como caza-noticias de Salas comenzó a los 16 años. Fundó el matutino *Los Debates* (1915) y trabajó en diferentes revistas y medios de prensa como *El Comercio de Bolivia*, *El Norte*, *El Tiempo*, *El Tiempo*, *La Ilustración*, *El Heraldo* y *El Fígaro*. Fue cronista, jefe de redacción y director. Este revolucionario sin carnet, cuyo seudónimo era “Bonsoir”, además, escribió ensayos, artículos, críticas de arte y obras de teatro. En su vida, también navegó en los mares de las letras y la política.

Pese a su gran valía, “no se conoce alguna *entidad auspiciadora*, en el sentido de institución propulsora de la investigación de la comunicación, que haya cobijado su producción intelectual” (Pinto, 2018:160).

Un escrito de Ángel Salas, que es objeto de análisis, es “Breve ensayo sobre periodismo”, publicado en 1925, en el

texto *Bolivia en el primer centenario de su independencia (1825-1925)*<sup>5</sup>. Ese contenido es un acercamiento a la historia del periodismo en el mundo y en Bolivia (1825-1925).

En el acápite II de este ensayo “El periodismo en Bolivia” se elabora una radiografía de los medios impresos. Considero importante rescatar su juicio sobre la labor del informador, que no fue incluido en el texto de Pinto Sardón:

Diez años de vida periodística enseñaron a quien esto escribe que los que anhelan recoger las vibraciones del medio en que actúan, no son sino ingenuos alucinados, buenos para encumbrar a bellacos que se atribuyen obras ajenas, cuando son ejemplares, y que huyen del contacto de esos ingenuos, sacrificándolos si es posible, cuando no se trata del medro propio.

(...) Sin embargo, en mantillas como se encuentra el periodismo boliviano está asociado a todas las conquistas obtenidas hasta ahora en los múltiples problemas que han agitado al país. Fue, en épocas revolucionarias, baluarte de los derechos reconocidos por las leyes. Y cuando los periodistas eran perseguidos, las playas del Pacífico recogían el eco de las protestas colectivas en hojas eventuales memorables, como que se editaban en Arica durante la tiranía de Melgarejo (Salas, 1925: 334).

<sup>5</sup> Ese ensayo es citado constantemente para ilustrar la historia del periodismo en los siglos XIX y XX, por célebres autores, entre ellos Víctor Hugo Sandoval —en *Objetividad o compromiso: La vida privada del periodismo boliviano* (2012)— y Raúl de la Quintana Condarco y Ramiro Duchén Condarco —en su obra *Pasión por la palabra. El periodismo boliviano a través de sus protagonistas*—.

Acto seguido, de forma crítica, Salas califica el proyecto de Ley de Imprenta –formulado en el gobierno de Bautista Saavedra (1921-1925)– como una normativa “muy liberal”. A su vez, reivindica una ley que “reanude la libertad de prensa”.

Del análisis que realiza la investigadora en esta penúltima sección, se concluye que Salas, en su “Breve ensayo sobre periodismo”, alcanzó solo un nivel descriptivo en su narrativa.

Sin lugar a dudas, ni la bruma de los años logrará borrar de la memoria el legado de Ángel Salas. Su pluma fue, de igual manera, una inspiración para los periodistas de la posguerra del Chaco. En un periodo no indagado por la autora, en 1939, por ejemplo, *La Calle* le realizó un homenaje en un artículo titulado “Los primeros cronistas deportivos de la dinámica ciudad paceña”. En el contenido se distingue la figura del también comentarista:

Ángel Salas (...) se dejaba ver en la misma tribuna como espectador asiduo, y si bien no empleaba lápiz, papel, ni signos cabalísticos para hacer anotaciones endiabladas, en cambio seguía ávidamente todos los incidentes del partido y con minuciosidad acuciosa los iba archivando en la memoria, al propio tiempo que forjaba ya “in mente” los comentarios periodísticos que habían de ser devorados, más que leídos, por los fanáticos del fútbol (*La Calle*, 10/05/1939).

Como se puede observar, Ángel Salas no solo fue un periodista destacado. Fue, además, un apasionado del mundo de la pelota. A esa tarea se suma Hugo Montes. Ambos son considerados los fundadores del periodismo deportivo.

En el capítulo final del texto, que es materia de esta reseña, se exponen las conclusiones sobre la investigación comunicacional en el país (1900-1932). En una coyuntura dominada por corrientes liberales, republicanas y luego nacionalistas, 1) “no se dieron las condiciones para la emergencia de *entidades auspiciadoras* que apoyen la labor de los investigadores” (Pinto, 2018: 179); 2) existieron tres principales *autores* multifacéticos, León M. Loza, Eduardo Rodríguez y Ángel Salas; y 3) las *obras* se caracterizaban por lo diverso, lo académico, pedagógico, universitario, por la lucha por la libertad de prensa y la memoria.

Con su texto *Historia de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el campo académico de la comunicación, 1900-1932*, Esperanza Pinto Sardón nos presenta una propuesta que conjuga la bibliohemerografía, la historia, la investigación y la comunicación. Cuenta con una amplia riqueza de fuentes primarias y secundarias, 65 libros, 18 artículos y ponencias, 12 documentos y dos folletos.

Una virtud del contenido es la redacción formal, clara, precisa, con matices literarios y el rigor académico. Ese informe de investigación puede ser leído por estudiantes de comunicación, docentes e investigadores.

Por sus descubrimientos, es un aporte al desarrollo de la historia de la investigación en comunicación en Bolivia, que sigue la huella de grandes exponentes de la comunicología como Luis Ramiro Beltrán. El modelo de análisis, los métodos, las técnicas y los instrumentos pueden ser utilizados en futuros estudios cuali-cuantitativos.

Grecia Gonzales Oruño  
Comunicadora y periodista

## Referencias

Salas, Ángel (1925). “Breve ensayo sobre el periodismo”, en Ricardo Alarcón (Dir.), *Bolivia en el Primer Centenario de su Independencia 1825-1925* (323-334). Nueva York: The University Society Inc.

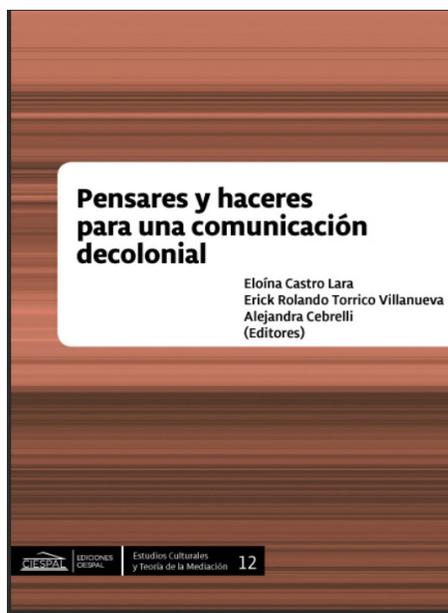
Beltrán, Luis Ramiro; Carlos Suárez; Guillermo Isaza (1990). *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*. La Paz: PROINSA.

Herrera, Karina (Coord.) (2000). *Una actualización biblio-hemerográfica de los estudios sobre comunicación en Bolivia 1990-2000. Líneas de pensamiento, temas y autores*. La Paz: CIBEC.

*La Calle*. “Los primeros cronistas deportivos de la dinámica ciudad paceña” (10/05/1939), p.8.

Pinto, Esperanza (2018). *Historia de la investigación comunicacional boliviana y su relación con el campo académico de la comunicación, 1900-1932*. La Paz: Impresión Hiperactiva.

Torrigo, Erick (2017). *Bibliografía boliviana en Comunicación. Líneas de pensamiento, temas y autores*. La Paz: Instituto de Investigación Postgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM).



**Eloína Castro, Erick Torrico y Alejandra Cebrelli (Editores)**

*Pensares y haceres para una comunicación decolonial*. Quito: CIESPAL

ISBN: 978-9978-55-216-2

2023

253 p.

La deliberación de la teoría y la práctica de una comunicación decolonial se recupera en este documento que sistematiza y compila los trabajos más representativos del pensamiento latinoamericano en esta temática. *Pensares y haceres para una comunicación decolonial* permite al lector construir una postura acerca de lo que significa hacer ciencia desde una óptica propia de la región.

El libro es fruto del esfuerzo editorial de Eloína Castro, Erick Torrico y Alejandra Cebrelli, representantes del pensar decolonial de la Comunicación, que fueron invitados por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para

América Latina, CIESPAL, para coordinar la elaboración este escrito publicado en julio de 2023.

A manera de contexto, inicialmente Eloína Castro realiza una revisión de las discusiones en torno a la Comunicación y a la decolonialidad desarrolladas en los congresos bienales de 2016, 2018 y 2020 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Posteriormente, los argumentos, agrupados en tres partes denominadas “Epistemes y encrucijadas”, “Sujetos” y “Haceres decoloniales”, enriquecen las 253 páginas del libro que concluye en un apéndice con el “Manifiesto del Grupo Comunicación Decolonialidad”.

“Epistemes y encrucijadas” es una parte inaugural extensa y compleja que contiene tres ensayos, dos en castellano y uno en portugués. En el primer ensayo, “La decolonización ante la negación occidental de la comunicación”, Erick Torrico reflexiona los procesos históricos de conquista y colonización de América desde sus implicancias comunicacionales. Torrico señala:

Entre el teocidio (la ‘extirpación de las idolatrías’), el epistemicidio, el enmudecimiento, la implantación idiomática, la coacción legal, la aniquilación física (etnocidio) y la expropiación material, las víctimas del poder colonial fueron sometidas a diferentes prácticas represivas que inhibieron tanto su pasado como sus lenguajes y levantaron un cerco a su existencia comunal (72).

Con todo, este conjunto de operaciones coercitivas los conquistadores consiguieron deshumanizar al Otro e instauraron la in-comunicación como un factor constitutivo de la colonialidad.

El ensayo repasa ese proceso que fue continuado por el neocolonialismo y expone las cuatro fases que siguió el desarrollo de la in-comunicación (el desconocimiento sistemático e intensivo de la humanidad del Otro, la aplicación de las tecnologías más importantes de la aculturación y emborronamiento de la memoria, la legitimación académica occidental de la in-comunicación colonial, y la infravaloración de la producción intelectual crítica latinoamericana) así como los niveles en que la colonialidad se expresa en el ámbito específicamente comunicacional. En este sentido, señala Torrico, la decolonización se alza contra el desconocimiento histórico de la Otridad no-occidental y su sistemática *represión/supresión*, y se propone concretar la vuelta a la comunicación.

En “La matriz epistémica decolonial en Comunicación: la relación comunicación-conocimiento”, segundo ensayo de esta parte del libro, Eloína Castro discute el viraje epistémico, político y ontológico de la decolonialidad para re-significar los procesos comunicacionales a partir de la problematización de otras perspectivas y categorías. Por lo mismo, parte de la construcción intertextual/interdisciplinaria entre la Comunicación, la Filosofía, la Historia y la Geopolítica, para explorar la relación entre Decolonialidad-Comunicación-Conocimiento y generar reflexión teórica que enfatice las aportaciones de la Decolonialidad como una apuesta por la reorganización del conocimiento comunicacional crítico en la esfera académica latinoamericana por fuera del pensamiento occidental. Castro concluye que:

Pensar a la C(c)omunicación desde la exterioridad –más allá de la

Totalidad totalizante de la estructura epistémica occidental–, se torna una tarea de desestructuración geopolítica del conocimiento, que posibilita pensar lo no-pensado, significar el sin-sentido y hacer visibles realidades históricas que han sido negadas; por lo cual, la comunicación decolonial más que un proceso compuesto de elementos, tiempos concretos y pasos mecanizados, es proximidad con el ser del no-ser que ha sido negado, una experiencia ético-política consciente e ilimitada (112).

El tercer ensayo de esta primera parte se denomina “Abrir caminos y tiempos: la encrucijada como principio de una comunicación decolonizadora”, escrito por Verónica María Alves Lima, presenta la encrucijada como un operador conceptual que permite la construcción práctica de la decolonialidad en el ámbito de la comunicación. Se trata de un ensayo que promueve el cruce entre los propios significados de la encrucijada, tal como se presentan en la tradición sociocultural afrobrasileña, y la perspectiva decolonial, apuntando a reflexiones sobre la comunicación y su producción crítica. Para ello, articula reflexiones sobre la epistemología comunicacional y las posturas epistémicas que emergen de otras racionalidades y que, por tanto, se alinean con la crítica decolonial. Al final, la autora propone siete operaciones político-intelectuales para practicar la encrucijada en las reflexiones comunicacionales:

1. Correlacionar las dimensiones más profundas de los medios y las interacciones subjetivas, buscando una comprensión ético-política de la vida y los desafíos socio-técnicos que surgen en el contexto contemporáneo.

2. Valorar la vida debe ser la base de la posición epistémica del comunicador/investigador/ciudadano, que incluye las relaciones interpersonales hasta la elección de palabras y gestos.
3. Abrazar ambigüedades/impases/contradicciones, haciendo que esto abarque un proceso de descripción, interpretación y profundización que se convierte en posibilidad(s) de encontrar conexiones y reflexiones nuevas/otras.
4. Usar palabras para fertilizar el mundo, el mundo académico y también los otros mundos en los que circulan producciones intelectuales, estableciendo un compromiso con el encanto de la vida.
5. Trascender del objeto al sujeto y mantener este movimiento siempre presente.
6. Repensar (y re-presentar) las conexiones temporales, teniendo el pasado-futuro siempre presente.
7. Poner en perspectiva las reflexiones teórico-metodológicas, situándolas (en la concreción de los términos, pero también en las relaciones).

Dos ensayos componen “Sujetos”, la segunda parte de *Pensares y haceres para una comunicación decolonial*. El primero, elaborado por Hugo Ernesto Hernández Carrasco, se titula “Desfasajes y tensiones en el sujeto investigador que opta por el giro decolonial en Comunicación”. Es un planteamiento exploratorio de los dilemas que enfrenta el sujeto investigador que ha optado por el giro Comunicación-Decolonialidad, ya sea por la constitución propia del campo como por las responsabilidades e implicaciones políticas de su quehacer investigativo o por las limitantes metodológicas y aspectos dicotómicos –como la objetividad y la subjetividad–, claves para dar sentido autoritativo a la producción de su conocimiento.

“Sanación de los sentidos: Sentir las ausencias de representación en procesos estético-comunicacionales”, escrito por René Padilla Quiroz, es el segundo ensayo que compone “Sujetos”. Padilla señala que los procesos coloniales utilizaron en gran medida procesos estético-comunicacionales para transmitir y normalizar estructuras de alteridad, jerarquización y sometimiento. De esta forma, el ensayo analiza cómo estos procesos están contruidos a partir de representaciones de los sujetos subordinados, pero sostenidas en las ausencias de dichos sujetos: la falta de agencia en su propia representación, la presentación sesgada e inconclusa y la subordinación de *lo propio* por los intereses de los dominados afectan al sujeto representado, así como a quien la aprehende, por lo que se vuelve imperativo reconocer y sentir las ausencias de la representación, pues los imaginarios se encuentran alimentados de ellas.

El ensayo revisa varios procesos de representación histórica basado en imágenes y termina con una experiencia de auto-representación en un trabajo de campo realizado por el autor, con los productores de café de la zona fronteriza de Chiapas donde las personas fotografiadas, por ejemplo, definen la composición de la imagen en la que aparecen. Entre las conclusiones del autor se destaca la reflexión de que los/as comunicadores como productores de representaciones, precisan un compromiso con los grupos que serán representados, un diálogo horizontal cercano e incluyente, que permita procesos estético-comunicacionales que surjan de una construcción conjunta y colaborativa entre los que poseen los medios de representación y aquellos grupos que serán representados.

También compuesta por dos ensayos, “Haceres decoloniales” profundiza aún más en la necesidad y posibilidad de nuevas formas de entender y hacer la comunicación. Valeria Belmonte, autora de “El devenir de la comunicología crítica ante la crisis civilizacional. Lo decolonial como apuesta ontológico-política”, aborda la crisis del patrón civilizatorio moderno/colonial en tanto momento histórico que marca la urgencia de un despliegue decolonizante de la Comunicación. De este modo:

se señala lo decolonial como apuesta político-epistémica que viene a renovar el pensamiento crítico latinoamericano, procurando un nuevo descentramiento respecto del *canon* eurocéntrico de la Comunicación. En dicho marco, se recurre al enfoque ontológico-político como clave para pensar las derivas de la comunicología crítica en escenario posoccidental, poniendo de relevancia una perspectiva relacional (185).

En un segundo ensayo, Alejandra Cebrelli asume el proyecto decolonial como un aporte en la construcción de una Comunicación más democrática, equitativa e inclusiva, capaz de poner en valor imaginarios anclados en las propias raíces culturales, desde discursos y haceres comunicacionales *otros* en orden a la cimentación de un continente pluriversal. El ensayo titula “Pensando en caminata, atravesando fronteras: Fortalezas de la práctica de una comunicación decolonial”. En él se analiza un caso de comunicación decolonial en situación de frontera cultural extrema, el de las interacciones de las mujeres indígenas argentinas, donde la in-comunicación, en tanto forma de colonialidad, las habría condenado a la invisibilidad y al silenciamiento,

dificultando su participación en el espacio público. La autora propone una categoría de saberes articulatorios como estrategia superadora de esta in-comunicación en el marco de una epistemología fronteriza. Se trata de producir un saber comunitario cuya potencialidad es, precisamente, la de fijar parcialmente un sentido que se construye y deconstruye en un diálogo que no por ser compartido es siempre coincidente, sino que, por el contrario, suele estar lleno de hiatos y de fugas de significado.

El Apéndice de *Pensares y haceres para una comunicación decolonial* contiene el “Manifiesto del Grupo Comunicación Decolonialidad”, que pretende incidir, desde su propuesta epistemológica, política y metodológica, en alrededor de un millar de Facultades y Carreras de Comunicación en 22 países de América Latina.

Entre los retos centrales del grupo visibilizado en el manifiesto, se encuentra la revisión del derecho a la comunicación en el panorama de los derechos humanos. Otro de los desafíos es la posibilidad de repensar teorías y conceptos desde la perspectiva de la comunicación-decolonialidad. Pa afrontar estos retos, el Grupo Comunicación Decolonialidad propone las siguientes categorías que permiten poner un orden (desorden) en términos de ruptura:

- *Insurgencia colectiva*. Se trata de responsabilizarse del proceso de sanación desde la propia práctica, señalan las/os autore,s “tratando de llevar la decolonialidad a lo cotidiano”.
- *Productos o artefactos comunicativos otros*, expresiones y modalidades enunciativas alternativas (exposiciones, arte, performances), que rompan con el canon cientificista de una academia eurocentrada y reflejen la apuesta teórica.
- *Alteridad/Otredad*, la generación de

procesos más horizontales en los trabajos de campo, en los contextos diversos de investigación. Según el manifiesto:

intentando cuestionar lo dado, ejercer el preguntar constante y ubicarse en el pensamiento situado, lo cual puede ser el camino que permita construir métodos lo suficientemente flexibles para poder generar un acercamiento desde la realidad acompañada de las y los sujetos con quienes se encaran ejercicios de investigación co-participativa, evitando asumir el punto de vista fijo, distante y ‘elevado’ del científico eurocentrado. Esto permite la subversión contra un método único y que cada investigación sea un laboratorio, un aprendizaje, una ruptura (141-142).

- *Receptores/participantes de los productos*. Se trata de la co-producción investigativa y la socialización de los avances ampliando el campo comunicacional desde personas que no se encuentran involucradas en los círculos académicos, a fin de tender puentes entre diferentes ámbitos.

Para el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, *Pensares y haceres para una comunicación decolonial* es una oportunidad para reflexionar en los fundamentos en que se asienta el pensamiento latinoamericano y, con ello, generar espacios de debate y construcción de una episteme identitaria que contribuya a la comprensión y resolución de conflictos que tienen sus propias dinámicas en nuestra región.

César M. Siles Sandy  
Comunicador e investigador social  
Universidad Mayor de San Andrés

COLECCIÓN MONOGRAFÍAS 12 ★



**Rafael Rubio Núñez y  
Ricardo Vela Navarro-Rubio**

*“Parlamento Abierto”*: una visión desde los principios de funcionamiento de las cámaras parlamentarias. 12 Instrumentos de apertura parlamentaria. Colección Monografías No 12 Zaragoza: Fundación Manuel Giménez Abad de Estudios Parlamentarios y del Estado Autonómico

ISBN: 978-84-946201-1-9

2017

242 p.

*“Parlamento abierto”*: una visión desde los principios de funcionamiento de las cámaras parlamentarias es uno de los textos más significativos realizados por dos eminentes estudiosos españoles. Rafael Rubio Núñez tiene como sus principales áreas de investigación académica el derecho de la tecnología, la regulación de los grupos de presión, la transparencia, los procesos de participación política, el derecho parlamentario, el derecho electoral, los procesos de transición y el desarrollo de

instituciones democráticas en el contexto tecnológico; Ricardo Vela Navarro-Rubio es miembro del grupo de investigación sobre participación y nuevas tecnologías de la Universidad Complutense de Madrid. Los dos abordan que complementaron sus conocimientos para abordar conjuntamente un tema que es nuevo para muchos investigadores, legisladores y estudiosos de la comunicación política: el parlamento abierto.

El texto contiene seis capítulos, los cuales pretenden dar un acercamiento al entendimiento de la compleja relación entre tecnologías de información y la organización parlamentaria, que, lejos de sustentarse en la cantidad de *retuits* o contabilizar fríamente los *me gusta* en las publicaciones de plataformas digitales oficiales, tiene un trasfondo que se dilucida desde el inicio del libro.

El capítulo I abarca el concepto de parlamento abierto y los aportes que varios autores realizaron para complementarlo. Si bien no es un concepto nuevo, expresa la necesidad de mejorar las condiciones para que los parlamentos sean más abiertos a la sociedad, respondiendo a la creciente demanda ciudadana de más información y en lo posible influir en el trabajo legislativo.

Asimismo, en el mismo capítulo se desarrolla, de forma extensa, la importancia de los principios de transparencia, participación y colaboración, los cuales son el sostén del parlamento abierto, y se fundamenta que su aplicabilidad implicaría cambios relevantes y estructurales, que asume obligaciones y derechos para la ciudadanía y para las y los parlamentarios.

Se dispone el análisis de cambios factibles en el quehacer parlamentario,

que se enfoca en lo cualitativo más que en lo cuantitativo, lo cual se detalla en la parte final de este capítulo.

Consecuentemente, el capítulo II explica el camino para llegar al parlamento abierto, partiendo de un análisis retrospectivo, donde los parlamentos han tenido varias dificultades, al igual que en la actualidad, para adaptarse a las nuevas tecnologías, teniendo, entre sus principales flaquezas la distribución de información.

Se hace hincapié en autores que valoraban el recurrente *status quo*, demostrando cómo las elites acaparan la información parlamentaria. Con la aparición de los medios, los parlamentarios se dirigían no solo a sus pares, sino a una opinión pública, y debían someterse a las exigencias de la comunicación política capaz de demandar cada vez más información.

Este capítulo promete un acercamiento cronológico de la aparición de las herramientas tecnológicas y su influencia en los procesos parlamentarios, tanto en sus funciones internas como externas. Asimismo, se destacan los principales resultados que se produjeron.

Se explica las etapas de los parlamentos y sus características: *electrónico, digital y abierto*. Estas se constituyen en las fases de la aplicación de las TIC en los procedimientos ya establecidos y normados, es decir, esclarece cómo incide en todas las operaciones que realiza al interior y como se intenta comunicar con el exterior.

Inicialmente se manifiesta la emergencia de los gobiernos electrónicos, que iban a la par con el uso de estas nuevas tecnologías por la sociedad en su conjunto.

Se describe desde los sistemas

de gestión de documentos en la administración parlamentaria, la cual es muy variada en cuanto a formato, pasando por el procesamiento de los documentos, hasta llegar al intercambio de información con la sociedad civil.

Asimismo, se presentan informes de organismos internacionales respecto de los estándares de evaluación del parlamento electrónico con valiosos datos a considerar para quien se interese en hacer un análisis comparativo sobre el parlamento abierto.

Por otra parte, se destaca el uso de bibliotecas y los servicios de investigación parlamentaria. Se pretende visibilizar cómo estas herramientas pudieron a los cambios tecnológicos. Asimismo, se evidencian las recomendaciones que realizó la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas, lo cual destaca el loable trabajo que estas instancias realizan.

Pasando a la siguiente fase, tenemos el parlamento digital. Los autores resaltan cómo en un primer momento los representantes tomaban la iniciativa de acercarse a los ciudadanos. Con la llegada de las TIC, la interacción emerge de manera inmediata, facilitadas por las herramientas de la Web 2.0.

A fin de mejorar el entendimiento y lo que abarca el parlamento abierto, se dedican varias páginas a esclarecer la diferencia entre parlamento digital del parlamento abierto. La distinción pasa por las características, alcances, la percepción de varios autores y ejemplos de países que se han dedicado a mejorar su transparencia y accesibilidad a través de la web.

Desde la descripción de la importancia del correo electrónico, como una herramienta complementaria con los tradicionales medios, hasta demostrar

mediante estadísticas el crecimiento de su uso, esta parte avizora cómo estas herramientas se han institucionalizado y han dejado sentada su presencia en el trabajo legislativo.

En medio de tantos desafíos y el uso creciente de herramientas tecnológicas, nuevas para muchos, llega el parlamento abierto, fundado en la transparencia, participación ciudadana y colaboración. Como puntualizan los autores, esta etapa se produce a partir de 2009, en medio de intentos de fomentar la transparencia informativa.

Esta etapa trasluce cómo las TIC se ponen al servicio de la transparencia y la participación. Es necesario resaltar que el parlamento abierto resulta de la implantación de los principios que maneja el gobierno abierto, también explicados a profundidad por los mismos autores en otras publicaciones.

Se describe la importancia de la innovación de los “foros en línea” y se propone una clasificación muy variada y completa de todas las herramientas utilizadas por los parlamentarios y por el parlamento. Con la ayuda de datos cuantitativos ofrecidos por informes internacionales, se va evidenciando cómo el uso de redes sociales por las y los parlamentarios no fue de forma generalizada, sino paulatina, y que no se concretó de manera fácil.

Paralelamente se subraya la importancia del debate con los ciudadanos. Sin duda, este es uno de los aportes más significativos. No basta compartir información; el desafío mayor es comunicarse con la población. No es un suceso fácil; el debate en sí mismo ya es complicado al interior de los parlamentos, y querer llevar las discusiones a la ciudadanía conlleva un gran

compromiso político.

Prosiguiendo, los capítulos III y IV invitan al análisis de los pilares de esta propuesta de gestión parlamentaria: la transparencia, la participación y la colaboración. La aplicación de estos principios procura mejorar las capacidades democráticas de estas instancias legislativas.

Por otro lado, la transparencia está relacionada con un derecho ciudadano al acceso a la información pública. Por tanto, apoyado en autores contemporáneos, Rubio Núñez y Vela Navarro-Rubio explican cómo este principio implica una doble obligación: por una parte, facilitar el acceso a la información y, por otra parte, publicitarla de oficio. Concretar ambas obligaciones requiere de la voluntad política de quienes son los protagonistas de los poderes legislativos, pero además de quienes investigan estos procesos, dilucidar cuáles serían las principales limitantes para lograr efectivizar todo lo que conlleva al parlamento abierto.

Mediante un análisis comparativo, se identifican las principales diferencias entre los parlamentos en el mundo. Independientemente de los regímenes a los cuales responden, la transparencia y la participación son aspectos transversales, ya que la demanda de la ciudadanía por formar parte de las decisiones y mantenerse informada traspasa fronteras. Ahí que la influencia de las TIC es un elemento importante para considerar.

Para enriquecer este análisis se destacan varios ejemplos que se constituyen en iniciativas de transparencia en parlamentos europeos y latinoamericanos.

En el capítulo IV se encuentra además información muy significativa; se describen los diferentes informes que

impulsan la transparencia y la apertura parlamentaria. Por ejemplo, el Índice Latinoamericano de Transparencia Legislativa, que incluye datos de parlamento boliviano, incorpora una serie de requisitos mínimos que sirven de referencia para conocer los avances de la transparencia legislativa, que servirían de línea base para futuras tesis que quieran abordar esta temática.

A fin de conocer las principales herramientas digitales de participación, estas fueron clasificadas. La explicación es extensa y se divide en iniciativas de participación digital institucional y las que son iniciativas de la sociedad civil.

El capítulo V se dedica al último de los principios del surgimiento del parlamento abierto. Se inicia con la aplicabilidad del principio de colaboración en las instituciones políticas a nivel general, para posteriormente entender cómo estas son aprovechadas en los parlamentos.

Si bien este principio pretende efectivizar el parlamento abierto como tal, se realiza un análisis situacional, pasando a entender los tres ámbitos de colaboración: *interparlamentaria*, *con los órganos ejecutivos* y *el trabajo conjunto* entre el parlamento, ejecutivo y sociedad civil.

Finalmente, tras hacer un examen de los parlamentos en el mundo, el capítulo VI arguye que el parlamento abierto está en una fase de adolescencia y que le espera un proceso muy largo para su implantación plena.

Claramente, los autores puntualizan que reducir la aplicación de las plataformas digitales a una mera acción publicitaria es un retroceso. El parlamento abierto va más allá; pretende estar a la altura de las expectativas y exigencias actuales de la ciudadanía. Ello pasa por promover

el análisis de las actuales funciones que cumple este ente legislativo. La tecnología no es por sí sola la solución a los problemas estructurales; viene siendo una herramienta más, que requiere un alto compromiso político para que se ponga al servicio de la ciudadanía.

El elemento transversal que ambiciona implementar el parlamento abierto pasa por comprender los campos de transparencia, la participación y la colaboración. Así lo manifiestan los autores en toda la lectura.

La perspectiva comparativa del estudio permite vislumbrar cómo pocos parlamentos tuvieron cierto éxito en llegar a la comunicación interactiva con la ciudadanía. En muchos casos, las cuentas oficiales de los parlamentos están paralizadas, lo cual impide dialogar con las y los ciudadanos.

El libro se publicó hace seis años, y actualmente sigue latente el desafío por distinguir entre información y propaganda en la comunicación parlamentaria.

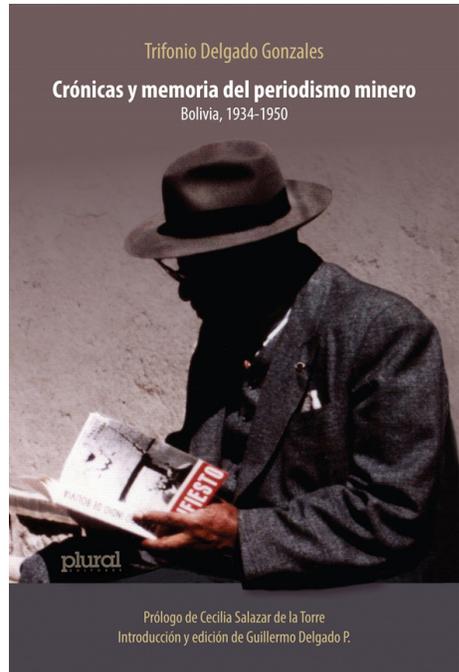
Como lo anunciaron los autores, las herramientas proporcionadas por las TIC que se previó que crecerían más son aquellas que prometen mayor interacción entre parlamentarios y ciudadanos. Sin embargo, deben pasar necesariamente por una fase de institucionalización que permita que la participación sea reconocida de manera formal ante los entes deliberativos. No estamos lejos de ello, pero es menester un compromiso político muy alto.

Efectivizar el parlamento abierto exige una serie de obligaciones en la utilización de instrumentos de participación en los procedimientos parlamentarios y de acceso a la información. A modo de conclusión, Rubio Núñez y Vela Navarro-Rubio revelan en la parte final una seria

de recomendaciones que va dirigido a quienes están relacionados con el trabajo parlamentario.

El parlamento abierto es una realidad que muchos países se han puesto como desafío. Es loable la variedad de iniciativas que se ha tenido al respecto y que han sido rescatadas en este libro que, más allá de proponer una nueva forma de aprehender la tecnología, sugiere hablar de derecho a la información y las corresponsabilidades que esta exige.

Libertad Shirley Paye Mamani  
Magister en Gestión de la Comunicación  
Universidad Mayor de San Andrés



### **Trifonio Delgado Gonzales**

*Crónicas y memoria del periodismo minero.*

*Bolivia, 1934-1950*

La Paz, Plural Editores

ISBN: 978-99954-1-858-8

2018

170 p.

El libro *Crónicas y memoria del periodismo minero. Bolivia, 1934-1950* reúne las columnas de opinión y crónicas escritas por el dirigente obrero Trifonio Delgado Gonzales y publicadas en los periódicos *La Patria*, *La Calle*, *La Mañana*, *Avance*, *El Pueblo*, *Vamos a Ver* y *Noticias*. Está dividido en cuatro partes cuya denominación es la siguiente: la parte I, “1934-1935”; la parte II, “1936-1937”; la parte III, “Radiografía congresal 1938-1950”. La parte IV contiene varias notas del autor.

El texto brinda un fresco de las tendencias políticas que se agitaban en

su momento, insufladas por el caldero que significó la Guerra del Chaco y que marcó profundamente a la generación que participó del conflicto. Hay un consenso generalizado en la historiografía, la ciencia política y la sociología boliviana sobre el carácter constitutivo que tuvo el conflicto en la formación de la intelectualidad de nuestro país siendo el crisol del que surgieron las tendencias políticas de izquierda y nacionalistas que dejarían su impronta en acontecimientos posteriores hasta arribar a la Revolución de 1952.

Las observaciones que realiza Delgado se inician desde la perspectiva de un combatiente desmovilizado que procura mejores condiciones de vida para sus camaradas y sus familias. Asimismo brinda descripciones de su participación en el conflicto o la semblanza de un camarada que retorna a su tierra. Además, da a conocer las aspiraciones sociales que afloraban al culminar la guerra.

La segunda parte del libro trata de los avatares de la vida de los mineros en torno a sus reivindicaciones, organización y perspectivas políticas. Un dato sumamente valioso, entre otros, es la crónica sobre la fundación y las resoluciones de la Confederación Sindical de Trabajadores de Bolivia (CSTB), el 13 de diciembre de 1936, y la elección de Gabriel Moisés como ministro de trabajo, nombramiento que no fue reconocido por el gobierno de David Toro.

En “Radiografía congresal 1938-1950”, Delgado hace patente las esperanzas que cifraba en la Convención Nacional de 1938, convocada por Germán Busch. Al respecto de su participación, escribe:

La historia juzgará, con la austeridad de las perspectivas del tiempo, la obra de quienes participamos en la Convención de 1938. Señalemos

por hoy, que ella ha dado al país un gobierno constitucional; que ella hace conquistado el ejercicio de la soberanía popular; que ha dictado leyes trascendentales para el desenvolvimiento de nuestra vida nacional (106).

La parte IV del libro contempla una serie de notas breves sobre distintos temas, entre ellos algunas costumbres de la época; también notas de lecturas de autores nacionales tales como Fernando Ramírez Velarde, Augusto Céspedes, Néstor Taboada Terán, y extranjeros, como Miguel de Unamuno, Hebert Marcuse, Albert Camus, etc. Dichas notas evidencian el variopinto abanico de temas que interesaban a Delgado y de los cuales era un agudo observador.

Guillermo Lora señala en su obra *Historia del Movimiento Obrero de Bolivia (Obras Completas. Tomo XVIII, La Paz, Masas, 1996)* que las primeras organizaciones artesanales ya contaban con publicaciones impresas que datan de 1854. La importancia de dichas publicaciones es que en ellas está plasmado el desarrollo de la conciencia de clase de los trabajadores bolivianos. Son, en suma, el testimonio de sus victorias y derrotas, de la evaluación política de sus luchas y las formas comunicacionales con las que se organizaban y procuraban ganar para sus ideas a la mayoría de los explotados. En suma, de lo que hablamos es que la comunicación hace y relata la historia.

El libro de Delgado es parte importante de la memoria de la clase obrera. En sus páginas están plasmadas las aspiraciones de una generación que maduró en la contienda del Chaco y retornó con la finalidad de cambiar el país.

Miguel Ángel Aguilar Torrico  
Comunicador Social  
Universidad Mayor de San Andrés



**Miscelánea**



# Los diplomados del IpiCOM

Uno de los objetivos estratégicos del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM) se concreta en el desarrollo de programas de posgrado para formar recursos humanos de alta calificación en el campo comunicacional. Entre 2019 y 2023 este objetivo fue cumplido con la ejecución de seis programas de diplomado.

## **Diplomado en Comunicación Estratégica**

Este diplomado se enmarcó en los programas de Maestría en Gestión de la Comunicación. Aportó a la formación integral mediante la actualización de conocimientos teóricos y la adquisición de herramientas, técnicas y prácticas de gestión comunicacional estratégica. En ambas versiones de este diplomado se tuvo la participación de 48 profesionales inscritos.

## **Diplomado en Género, Comunicación y Periodismo**

El programa del diplomado en Género, Comunicación y Periodismo (2019-2020, modalidad virtual) buscó de manera teórico-práctica la comunicación y el periodismo con la teoría de género, desde un enfoque orientado hacia la igualdad y la no discriminación en todas sus expresiones. Participaron 23 profesionales de la comunicación, de ciencias sociales y humanidades.

## **Diplomado Acción desde la comunicación: hacia la igualdad de género y una vida sin violencia**

Este programa se desarrolló en modalidad virtual en 2022. Apuntó a formar recursos humanos en la promoción de los principios de igualdad, equidad, diversidad, no discriminación, no violencia, participación e igualdad de oportunidades, desde el enfoque de derechos humanos. Esta versión mejorada y ampliada del diplomado anterior, tuvo una duración de seis meses.

## **Diplomado de Marketing e Inteligencia Artificial**

Este programa de formación avanzado tuvo por propósito preparar a los profesionales para el uso de tecnologías de inteligencia artificial en el mercado. Mediante el análisis de datos, el aprendizaje automático, los *chatbots*, las redes neuronales y el análisis predictivo, los estudiantes aprendieron a aplicar estas tecnologías para mejorar la personalización de las campañas de marketing, la experiencia del cliente y la toma de decisiones basada en datos. Tuvo una duración de cinco meses y participaron 30 profesionales del interior del país (Santa Cruz, Oruro y Cochabamba).

## Diplomado de Comunicación y Medio Ambiente

Un programa urgente para la formación de profesionales expertos en el manejo de la comunicación para generar procesos de comunicación estratégica y apoyar la conservación y protección del medio ambiente y promover la reflexión sobre la comunicación y su rol en la crisis climática, la pérdida de biodiversidad, la conservación del medio natural, la implantación de la economía circular y el desarrollo sostenible.

En su primera versión, tuvo una duración de tres meses. Contó con la participación de 23 profesionales inscritos.

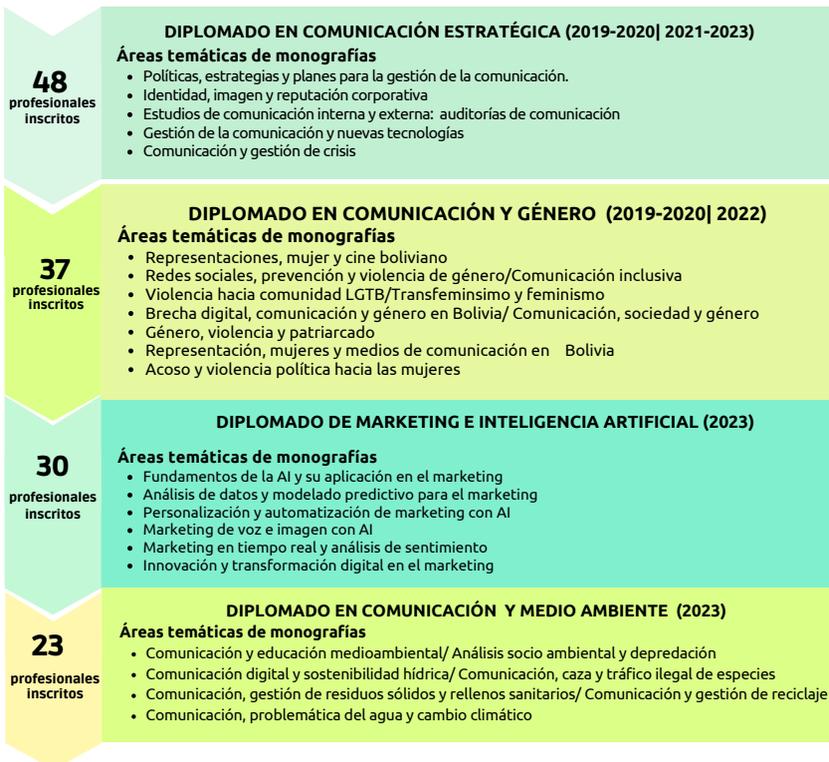
## Aporte de los diplomados del IpiCOM

Todos los diplomados del IpiCOM-UMSA cuentan con 800 horas de carga horaria y se enmarcan en las directrices del Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana, que avalan su certificación dentro del sistema universitario.

La calidad académica está garantizada por la participación de profesionales expertos en las distintas áreas de formación posgradual provenientes de Bolivia y países sudamericanos.

Desde 2019, los diplomados graduaron a 138 profesionales.

### DIPLOMADOS IPICOM 2019-2023



# El IpiCOM en el 45° aniversario de la Facultad de Ciencias Sociales UMSA

La Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA fue fundada el 10 de octubre de 1978. Seis años después, el 20 de agosto de 1984, se creó la Carrera de Comunicación Social. El Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación empezó a funcionar 29 años después, el 27 de febrero de 2013.

Tras 10 años de trabajo continuo, el IpiCOM tiene tres áreas estratégicas en las que diversifica los enfoques de su aporte académico: investigación, posgrado e interacción social. Tiene la misión de cualificar y consolidar efectiva e integralmente el campo académico de la Comunicación en el país. Para esto promovió la conformación de equipos y redes académicas, la formación posgradual de recursos humanos, la interacción social diversificada, así como la organización de actividades de divulgación, difusión y debate, y la publicación de materiales diversos.

## Área de investigación

Entre 2016 y 2023 se ejecutaron 34 estudios enmarcados en tres líneas de investigación: procesos de información y comunicación para la emancipación en Bolivia, democratización de la comunicación y sistemas mediáticos y práctica comunicacional en Bolivia. Cada estudio fue llevado a cabo por un docente-investigador seleccionado mediante concurso público de competencias, y que contó con el apoyo de grupos de estudiantes destacados de pregrado de la Carrera de Comunicación Social de la UMSA.

Las publicaciones IpiCOM se encuentran divididas en *Serie Investigaciones* (8 libros) y *Serie Documentos de Trabajo* (8 libros):

### SERIE INVESTIGACIONES IPICOM

- Óscar Meneses Barrancos, *Investigación científica guiada en Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA: rasgos prevalentes y perfil metodológico de los trabajos de tesis de grado (2011-2015)*, 2017.
- Erick Torrico Villanueva, *Bibliografía boliviana en Comunicación (2001-2015). Líneas de pensamiento, temas y autores*, 2017.
- Susy Mitre Irusta, *La situación organizativa, mediática y comunitaria de seis radioemisoras en el Altiplano*, 2019.
- Sandra Villegas Taborga, *Situación actual de la demanda del mercado laboral de egresados y titulados de la Carrera de Comunicación Social de la UMSA*, 2020.
- María del Carmen Rivero Sugiura, *El desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en el mercado laboral*, 2020.
- Erick Torrico Villanueva, *Repertorio estratégico para la investigación comunicacional. Una propuesta*, 2020.
- Erick Torrico Villanueva, *Revistas iberoamericanas de comunicación. Un catálogo. Anexo especial del Repertorio estratégico para la investigación comunicacional. Una propuesta*, 2020.
- Marco Antonio Aguila Alanes, *Los programas de Red Patria Nueva y su relación con los objetivos de una radio pública-estatal en el segundo semestre de 2019, 2021*.
- María del Carmen Rivero Sugiura, *Situación actual de la formación académica basada en el enfoque de competencias en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA*, 2021.

SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO  
IPICOM

- Tamara Liendo Villena, *II Congreso de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UMSA. Sistematización de propuestas y lineamientos básicos. Menciones, Talleres y Seminarios*, 2018.
- Marlene Choque Aldana, *II Congreso de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UMSA. Sistematización de propuestas y lineamientos básicos. Teorías, Investigación, métodos, Lenguaje y Periodismo*, 2018.
- Erick Torrico Villanueva, *Cómo preparar un artículo académico en Comunicación. Guía de orientación rápida*, 2021.
- María del Carmen Rivero Sugiura, *Entrevista de perfil, la crónica y el reportaje*, 2021.
- María del Carmen Rivero Sugiura, *Cobertura y tratamiento periodístico sobre violencia de género en el periódico Página Siete en el primer trimestre de 2019, 2022*.
- Tamara Graciela Liendo Villena, *Posgrado en Comunicación en universidades privadas y públicas de Bolivia (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba) 2019 – 2021, 2022*.
- Bernardo Poma Ulo, *Los posicionamientos discursivos en los editoriales de La Razón y Página Siete respecto de los incendios forestales en la Amazonía boliviana – 2019, 2022*.
- Álvaro Hurtado Calderón, *Educación Superior a distancia y virtual preparar clases usando herramientas digitales*, 2022.

Área de posgrado

Hasta la fecha, el IpiCOM implementó tres versiones de la Maestría en Gestión de la Comunicación, iniciativa pionera en el marco de la universidad autónoma boliviana. En sus tres versiones contó con académicos profesionales bolivianos connotados, así como con docentes con reconocimiento internacional de Brasil, Argentina, México, Colombia y Venezuela. Se inscribieron como estudiantes un total de 117 profesionales.

Como parte de la maestría se desarrollaron seis diplomados: *Comunicación Estratégica; Comunicación, Género y Periodismo; Acción desde la comunicación: hacia la igualdad de género y una vida sin violencia; Marketing e Inteligencia Artificial; y Comunicación y Medio Ambiente*.

ÁREA DE POSGRADO IPICOM



## Área de interacción social

El IpiCOM ha promovido la capacitación y actualización profesional mediante cursos autofinanciados abiertos al público interesado. Desde 2018 se han realizado 23 cursos y el instituto capacitó a 1.023 personas en diferentes áreas comunicacionales como ser: *Community Manager*, Periodismo multimedia, Planificación de la Comunicación; Fotografía; Producción audiovisual; Diseño gráfico; Redacción académica y periodística; Tecnología, Investigación y AI, entre otros.

Entre los proyectos interinstitucionales se encuentra la campaña *Aprende a ver las señales de la violencia* (2017-2019), que contó con el trabajo conjunto del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y la UMSA, a través de los institutos de la Facultad de Ciencias Sociales. Se circunscribe en un proyecto más amplio y de largo alcance, “Prevención de la violencia en parejas jóvenes de la Universidad Mayor de San Andrés” (PAVI). Entre 2016-2017, se realizó una investigación cuantitativa-cualitativa denominada “Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés”. Con los resultados del estudio el IpiCOM diseñó y ejecutó la campaña, que tuvo tres fases: i) de comunicación y sensibilización (2017); ii) de incidencia mediática y alianza de adhesión (2018) y iii) de visibilización y expansión del impacto de los mensajes (2019).

La campaña promovió la formación de agentes de cambio, universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales capacitados y sensibilizados en violencia de género), que luego debían actuar como replicadores del proyecto, sensibilizando a otros estudiantes universitarios en diferentes carreras de la UMSA. Se tuvo un alcance de más de 500 estudiantes beneficiados en todo el proceso y ejecución. Los estudiantes de comunicación también contribuyeron con la elaboración de mensajes impresos y audiovisuales, difundidos en todas las facultades de la UMSA.

Del mismo modo, el *Curso taller información periodística sobre políticas públicas en transición gubernamental* fue organizado interinstitucionalmente con HELVETAS BOLIVIA, COSUDE, DIPGIS y el IpiCOM, con 37 beneficiados. El objetivo era promover un espacio teórico/práctico que aborde la información periodística sobre políticas públicas relacionadas con gestión ambiental y gestión integral de cuencas en el contexto de la pandemia Covid-19 (HELVETAS, IpiCOM, 2021: 17). El curso estaba diseñado para periodistas, comunicadores y profesionales dedicados a la actividad informativa en medios (oral, visual, escrito, virtual) de todo el país.

Desde 2014, sobresale la realización ininterrumpida de la *Cátedra IpiCOM*. La Cátedra IpiCOM es un espacio abierto, democrático y gratuito de reflexión e intercambio de saberes especializados y de interés sobre el campo de la investigación científica de la Comunicación. Participan estudiantes de la comunicación, docentes, profesionales del área y público interesado.

La *Cátedra* fue inaugurada el 2 de junio de 2014, con la distinguida presencia del Dr. Luis Ramiro Beltrán, con el motivo de la presentación de su libro *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. En el mismo evento, el Dr. Manuel Chaparro Escudero (Universidad de Málaga, España) compartió su conferencia titulada “Los nuevos imaginarios de la investigación. Claves para repensar la comunicación”. Desde entonces se realizaron más de treinta versiones de la cátedra.

Finalmente están las *Jornadas de Periodismo histórico*, llevadas a cabo del 10 al 11 de mayo del 2022. Participaron prestigiosos investigadores de la temática. Se rindió un homenaje especial a Carlos Soria Galvarro por su trayectoria periodística y aporte al periodismo boliviano. Las jornadas contaron con más de 120 participantes.

### ÁREA DE INTERACCIÓN SOCIAL



### Otros aportes

El *Centro de Documentación Especializado en Comunicación* del IpiCOM es una unidad de información especializada que recopila, recibe, selecciona, custodia, organiza, recupera y presta servicio a estudiantes de pregrado, posgrado, profesionales e investigadores del campo académico de la Comunicación. Cuenta con más de 466 libros extranjeros y 657 libros nacionales y un repositorio de las tesis de posgrado, las monografías y las publicaciones IpiCOM.

### OTROS APORTES IPICOM



El Centro de Capacitación en Comunicación-IpiCOM es un proyecto de largo alcance, que busca contribuir al desarrollo de una cultura de investigación sólida y socialmente comprometida en las carreras de Comunicación del sistema universitario público boliviano mediante la realización continua y secuencial de actividades de capacitación de alta calidad en investigación comunicacional destinadas a docentes y estudiantes; promueve la constitución de una comunidad investigadora de la Comunicación en el

sistema nacional de la universidad pública. Comenzó sus actividades en 2021 y logró capacitar a más de 50 estudiantes de pregrado del eje troncal de nuestro país.

Finalmente, *Saberes y Diálogos. Revista de Estudios en Comunicación* es la revista académica anual del IpiCOM, de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, UMSA. Busca ser una plataforma para la difusión y debate de investigaciones originales y reflexiones sobre fenómenos y procesos comunicacionales en Bolivia y en otros contextos. Publica artículos con resultados de investigaciones y ensayos con reflexiones y propuestas sustentadas, avances de investigación y reseñas. Los textos son seleccionados mediante dictámenes de pares ciegos. Cuenta con dos números publicados y un tercero por publicar. Hasta el momento, publicó a más de 22 autores (entre artículos, ensayos, reseñas y entrevistados). La revista puede ser encontrada para su lectura en todas las bibliotecas de nuestra universidad, así como en otras del eje troncal, así como en su página web <https://saberes.umsa.bo/>. También puede ser adquirida físicamente en las oficinas del IpiCOM.

### El IpiCOM en el Encuentro de Investigadores de la Facultad

El IpiCOM participó en el Primer Encuentro Nacional de Ciencias Sociales “Diálogos, reflexiones y desafíos desde Bolivia”, organizado en el marco del 45° aniversario de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA. El evento se llevó a cabo del 6 al 7 de noviembre de 2023. Contó con la participación de conferencistas magistrales, así como exposiciones de los resultados de investigación de los diferentes institutos de investigación de la facultad.



Foto: Página de Facebook “La Cátedra” de la Universidad Mayor de San Andrés. Víctor Hugo Perales (IDIS), Erick Torrico (IpiCOM) y Raúl España (IDIS). Primer día Encuentro de Investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales-UMSA, 6 de noviembre de 2023. Conferencia Magistral “Estado de situación y desafíos de las Ciencias Sociales en Bolivia”.

**Referencias**

IDIS, UNFPA (2019). *Sistematización de la Campaña Aprende a ver las señales de la violencia*. La Paz: IDIS; UNFPA.

HELVETAS-IpiCOM (2021). *Sistematización del Curso Taller Gestión ambiental y Gestión integral de cuencas en contexto de la pandemia COVID-19. Información periodística sobre políticas públicas en transición gubernamental*. La Paz: HELVETAS; IpiCOM.

Mollinedo, Rider (s.f.). *Historia de La Facultad de Ciencias Sociales UMSA*. Recuperado el 13/09/2023 de: <https://dokumen.tips/documents/historia-de-la-facultad-de-ciencias-sociales-umsa-rider-mollinedo-arratia.html?page-2>.



## Diez años de vida institucional El IpiCOM rumbo a su consolidación

Pionero en el campo de la comunicación en Bolivia, en sus diez años de existencia el Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM) dio pasos muy valorados por la comunidad académica, en el posgrado y la investigación, avances que requieren ser fortalecidos y consolidados en la aspiración de continuar aportando a la carrera de Ciencias de la Comunicación, a la Facultad de Ciencias Sociales, a la universidad autónoma y en general a la sociedad boliviana desde la mirada especializada de la comunicación.

Desde agosto de 2023 la Dra. Gabriela Sotomayor, docente, exdirectora de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y exdecana de la Facultad de Ciencias Sociales, asumió la dirección del Instituto. Fue elegida mediante un concurso público en el que presentó un plan de acción cuyos aspectos más relevantes se detallan a continuación.

El Plan Trienal 2023-2026 se nutre de la experiencia de más de 27 años en la docencia en Comunicación social en la UMSA y nueve años de gestión como autoridad en estas unidades académicas, además de una práctica profesional igualmente prolongada. Aspira fundamentalmente a superar algunos desafíos (entre demandas y problemas comunicacionales) que la academia tiene pendientes con la sociedad boliviana.

Las fuentes que inspiran el actual Plan Trienal son: el Plan Trienal 2019-2022, documentos centrales de creación del IpiCOM; documentos del Departamento de Investigación, Posgrado e Interacción Social de la UMSA (DIPGIS), de la UMSA; directrices del Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana (CEUB), del Viceministerio de Ciencia y Tecnología y otros.

La formulación del Plan se ciñó a los componentes estipulados en el Reglamento General de Selección-Elección de Directores de Institutos de Investigación de la UMSA que son: 1. Antecedentes, 2. Propósitos y Objetivos, 3. Proyectos del Plan de Trabajo, 4. Mecanismos operativos de control y seguimiento y 5. Estrategias de financiamiento.

## Antecedentes

El IpiCOM fue creado mediante las Resoluciones 011/2011 del HCC, 060/2012 del HCF y 058/2013 del HCU.

El Instituto es el producto de un proyecto académico largamente trabajado. La primera propuesta de creación de una instancia dedicada a la investigación de la UMSA fue presentada en 1986. Posteriormente, entre 1999 y 2012, fueron elaborados cinco proyectos más para su conformación. Desde la dirección de la carrera y luego desde el decanato, la actual directora dio los pasos institucionales necesarios para cristalizar el proyecto en el que se esforzaron decenas de profesionales de la comunicación.

Su estructura normativa está regida por normas institucionales universitarias: Reglamento General de Institutos, Reglamento del Investigador, Reglamento General de Posgrado, Reglamento General de Interacción, Reglamento General de Auxiliaturas y Reglamento interno de personal administrativo.

## Grandes desafíos y recursos limitados

En este momento, el IpiCOM es uno de los cuatro institutos de la Facultad de Ciencias Sociales. Enfrenta los mayores desafíos porque la Carrera de Ciencias de la Comunicación es la más grande de la Facultad y cuenta actualmente con más tres mil estudiantes.

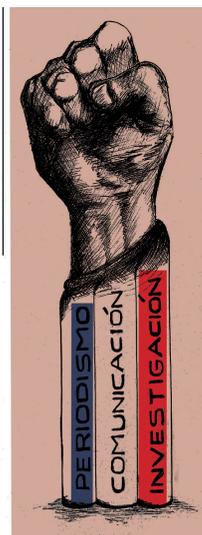
A nivel financiero, el IpiCOM tiene el 2% de la distribución histórica que recibe del presupuesto general de la Facultad de Ciencias Sociales. En el área de posgrado, maneja recursos autofinanciados de los diplomados y maestrías que desarrolló en estos últimos tres años, con ingresos y egresos que se equilibran con grandes esfuerzos.

Tras una década de existencia, el IpiCOM cuenta con un solo recurso administrativo de planta. En cuanto a recursos humanos académicos, sus posibilidades también son muy limitadas. Su capacidad de financiamiento de proyectos de investigación extracurriculares le permite involucrar únicamente a tres investigadores por año a tiempo parcial y a tres auxiliares de investigación seleccionados entre los alumnos más destacados de los últimos años de la carrera. Las condiciones presupuestarias limitan la generación de mayores investigaciones en un campo tan dinámico, complejo e importante como la comunicación en nuestra sociedad.

## Pilares fundamentales del IpiCOM

Entre sus principios figuran:

- a) Pluralismo en el pensamiento, la teoría y el método
- b) Enfoque inter y transdisciplinario
- c) Compromiso crítico
- d) Acción orientada a la transformación
- e) Rigor académico
- f) Ética investigativa.



Su *misión* es cualificar integralmente el campo académico de la Comunicación a través de una rigurosa investigación inter y transdisciplinaria, la excelencia en la formación posgradual de recursos humanos y la interacción social diversificada.

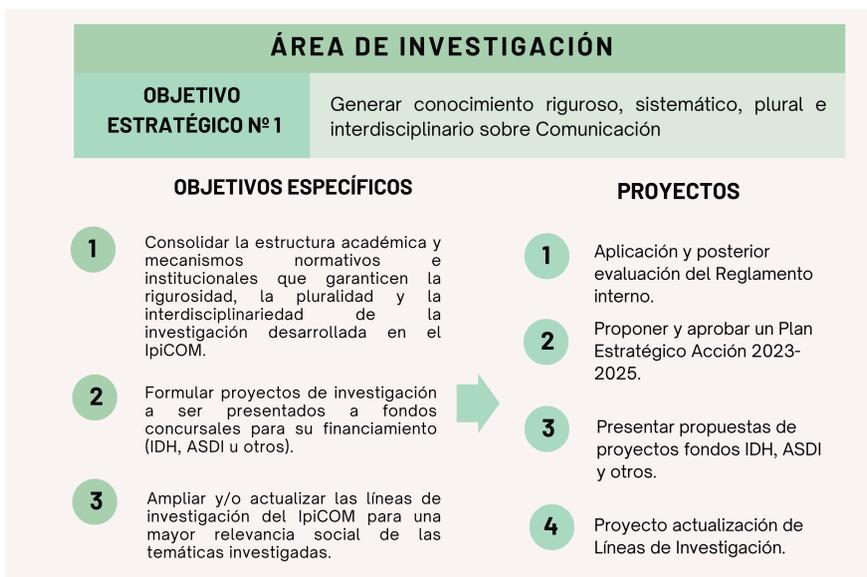
Su *visión* presenta al IpiCOM como un referente sólido para el mejoramiento de la matriz disciplinaria del campo académico de la Comunicación con sus áreas de Investigación, Posgrado e Interacción.

### Líneas de trabajo

Las líneas de investigación de acuerdo a las áreas son:

- *En investigación*
  - Procesos de información y comunicación para la emancipación en Bolivia
  - Democratización de la comunicación en Bolivia
  - Sistemas mediáticos y práctica de la comunicación en Bolivia
- *En posgrado*
  - Periodismo
  - Gestión de la comunicación
  - Comunicación política
  - Investigación interdisciplinaria
  - Comunicación y medio ambiente
- *En interacción social*
  - Articulación sinérgica de las áreas de investigación, posgrado e interacción social
  - Fortalecimiento organizacional de entidades sociales de base desde la comunicación institucional.

A continuación se presentan las áreas del Plan Trienal 2023-2026:



## ÁREA DE INVESTIGACIÓN

### OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 2

Difundir el conocimiento producido y el preexistente por medio de espacios y acciones de promoción, debate y publicación, así como informar sobre la dinámica de las áreas del IpiCOM.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Consolidar la gestión y organización de espacios de promoción, debate académico abierto a docentes, estudiantes e investigadores de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y, ampliarlos a otros del sistema público y privado del interior del país.
- 2 Consolidar la gestión, desarrollo y ejecución de cursos de capacitación y actualización, a través del Centro de Capacitación en Investigación Comunicacional de Cota Cota, dirigidos tanto al estamento docente del área de investigación como a estudiantes de las asignaturas de Tesis de Grado y Proyecto de Grado y ampliarlos a nivel nacional de la universidad pública.
- 3 Informar, sistemáticamente, sobre la dinámica de las áreas de las áreas del IpiCOM a través un plan de multimedios: de la web y del Facebook institucionales.
- 4 Publicar las investigaciones producidas por las áreas del IpiCOM, estableciendo una política de publicación del IpiCOM.

#### PROYECTOS

- 1 Continuar el proyecto Cátedra IpiCOM Desafíos de la investigación en tiempos de Inteligencia Artificial.
- 2 Proyecto Centro de Capacitación en investigación comunicacional.
- 3 Proyecto actualización, mediante un plan de medios: web, Facebook y redes.
- 4 Proyecto de publicación digital revista con miras a la indexación.

## ÁREA DE INVESTIGACIÓN

### OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 3

Garantizar la preservación del conocimiento científico y de la memoria práctica del campo mediante un centro de documentación especializado.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Consolidar el Centro de Documentación Especializado en Comunicación del IpiCOM y fortalecer sus servicios a los de documentos en formato electrónico y al Centro de Recursos para el aprendizaje y la Investigación (CRAII). Internacionalizar la posibilidad de acceso a la documentación para el IpiCOM.
- 2 Internacionalizar la posibilidad de acceso a la documentación para el IpiCOM.

#### PROYECTOS

- 1 Proyecto Centro de Recursos para el aprendizaje y la investigación CRAII.
- 2 Proyecto relacionamiento con otros centros de documentación en comunicación/CÁTEDRA UNESCO.

## ÁREA DE POSTGRADO

### OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 1

Desarrollar procesos de formación y capacitación posgradual constantes, en variadas modalidades mediante el establecimiento de programas de doctorado, maestría, diplomado y especialidad, accesibles, económicos y auto sostenibles.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Crear y consolidar la Unidad de Posgrado del IpiCOM para proponer, organizar, normar y visibilizar los programas de posgrado a la par de fortalecer los procesos de infraestructura y de equipamiento.
- 2 Contar con nuevos programas integrados de diplomado, especialidad, maestría y doctorado bajo la modalidad de creditaje acumulativo.
- 3 Iniciar la ejecución del programa de maestría (incluye diplomado) en comunicación política.
- 4 Iniciar la ejecución del programa de maestría en investigación comunicacional rumbo al doctorado no escolarizado.



#### PROYECTOS

- 1 Proyecto de consolidación de la Unidad de Posgrado.
- 2 Proyecto Maestría en Comunicación y Medio Ambiente.
- 3 Proyecto Maestría en Comunicación Política (incluye dos Diplomados).
- 4 Proyecto Maestría en Investigación Comunicacional rumbo al Doctorado.
- 5 Diplomado en Docencia Universitaria y Educación Transmedia.
- 6 Diplomado en Comunicación en Crisis y Resolución de Conflictos.
- 7 Curso de actualización en Redacción Científica.

## ÁREA DE POSTGRADO

### OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 2

Establecer convenios de cooperación e intercambio para las actividades de posgrado, con instituciones nacionales y extranjeras.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Dar continuidad a los avances logrados con vistas a su ejecución y cumplimiento.
- 2 Gestionar otras posibilidades de convenios específicos tanto con entidades que apoyen el posgrado como la movilidad docente.



#### PROYECTO

Proyecto convenio de apoyo al posgrado y movilidad docente.

## ÁREA DE INTERACCIÓN SOCIAL

### OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1

Articular sinérgicamente las áreas de investigación, posgrado e interacción social a través de la circulación fluida del conocimiento desde el ámbito donde se genera hasta el ámbito (tanto interno como externo) en el que se va a aplicar/apropiar con el objeto de maximizar el aporte de cada una de las áreas en respuesta a su entorno y a la sociedad.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Coordinar con la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social para el lanzamiento de convocatorias para docentes investigadores con ejes temáticos de sus líneas de investigación u otros que la beneficien en el accionar de sus áreas del mapa curricular o de sus labores académicas estratégicas (ámbito interno).
- 2 Organizar por iniciativa propia y/o conjuntamente con actores de la sociedad, espacios de información/reflexión/discusión en variadas modalidades bajo temáticas sensibles como género, violencia, medio ambiente, seguridad alimentaria bajo enfoque comunicacional, que motive el contacto directo con los involucrados (ámbito externo).

### PROYECTOS

- 1 Proyecto de apoyo a las modalidades de titulación.
- 2 Proyecto de consolidación con el DIPGIS y otros institutos de investigación/Unesco.
- 3 Implementación del observatorio de medios.

## Publicaciones de IpiCOM

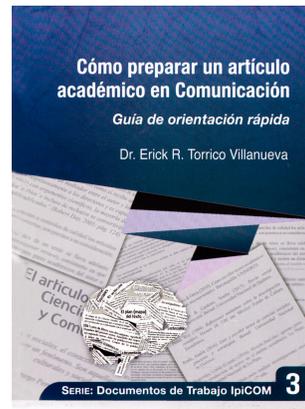
### Serie Documento de Trabajo (2021-2022)

- Torrico, Erick (2021). *Cómo preparar un artículo académico en Comunicación. Guía de orientación rápida. Serie Documento de Trabajo 3.* La Paz: IpiCOM
- Rivero, María del Carmen y René Alcón (2022). *Proceso de Innovación Curricular: Evaluación de propuestas, investigaciones y necesidades de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA. Serie Documento de trabajo 4.* La Paz: IpiCOM.
- Rivero, María del Carmen (2022). *Cobertura y tratamiento periodístico sobre violencia de género en el periódico Página Siete en el primer trimestre de 2019. Serie de Trabajo 5.* La Paz: IpiCOM
- Liendo, Tamara (2022). *Posgrado en Comunicación en universidades privadas y públicas de Bolivia (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba) 2019 – 2021. Serie de Documento de Trabajo 6.* La Paz: IpiCOM.
- Poma, Bernardo (2022). *Los posicionamientos discursivos en los editoriales de La Razón y Página Siete respecto de los incendios forestales en la Amazonía Boliviana – 2019. Serie de Documento de Trabajo 7.* La Paz: IpiCOM.
- Hurtado, Álvaro (2022). *Educación superior a distancia y virtual. Preparar clases usando herramientas digitales. Serie Documento de Trabajo 8.* La Paz: IpiCOM.

### Serie Investigaciones IpiCOM (2021-2022)

- Rivero, María del Carmen (2021). *La entrevista de perfil, la crónica y el reportaje El aporte estudiantil de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.* La Paz: IpiCOM.

# Publicaciones del IpiCOM





**Autores**



**Amaia Arribas Urrutia**

Licenciatura y doctorado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, y Maestría en Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha desarrollado actividades profesionales y de investigación en comunicación empresarial, publicando más de 100 artículos y capítulos especializados, y participado con ponencias en congresos. Fue docente e investigadora en el Tecnológico de Monterrey (México); docente, directora de Comunicación y directora de posgrados de la Facultad de Comunicación la Universidad Hemisferios (Ecuador); y en la actualidad, profesora titular en la Universidad de Valladolid (España).

**Luis Jesús Galindo Cáceres**

Doctor en Ingeniería en Comunicación Social, Doctor en Ciencias Políticas, Doctor en Ciencias Sociales. Investigador e Ingeniero Social en diversos proyectos. Profesor universitario, conferencista, tallerista, en diversos países de América y Europa. Novelista, cuentista, poeta, ensayista. Músico, musicólogo, curador, gestor, promotor, crítico de rock y jazz. Ha publicado cincuenta libros en diversos campos de escritura (1984-2023), Antropología Urbana, Comunicología, Ingeniería en Comunicación Social, Metodología de Investigación, Sociología Cultural, Música, Literatura. Autor de más de quinientos textos sobre Ciencia e Ingeniería Social publicados en quince países de América y Europa (1977-2023). Autor de más de doscientos textos sobre diversos asuntos de música, jazz, rock (2013-2023).



**Marcelo Guardia Crespo**



Licenciado en Comunicación Social (Universidad FJF- Brasil), Maestría en Comunicación y Cultura (Universidad UMESP- Brasil), Doctor en Comunicación, Derecho a la Información y Ética (Universidad Complutense Madrid). Actual docente pre y postgrado y Coordinador de Investigación de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, Sede Cochabamba. Tiene publicaciones sobre temas de comunicación, culturas populares, periodismo, ética, vulnerabilidad social, juventud y comunicación política y cultura digital.

**Octavio Islas Carmona**

Licenciado en Sociología (Universidad Autónoma Metropolitana), Maestría en Comunicación y Desarrollo (Universidad Iberoamericana), Maestría en Administración de Tecnologías de la Información (Tecnológico de Monterrey), Doctorado en Ciencias Sociales (Universidad La Salle). Autor y coordinador de 21 libros, más de 100 artículos en revistas científicas arbitradas, 75 capítulos en libros, más de 800 columnas publicadas en los principales diarios en México. Fue fundador y director de la revista científica *Razón y Palabra*, la primera publicación dedicada a temas de comunicología en internet. Es coeditor en América Latina de la revista *Comunicar*, *rankeada en Web of Science* como la número uno en estudios culturales. Fue director del Proyecto Internet en el Tecnológico de Monterrey y director de la cátedra de Internet y Sociedad de la Información. En la actualidad es catedrático en UNACAR, México y en diplomados a distancia en el Tec de Monterrey.



### Lola Mónica Paucara Condori

Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), 2017; tiene Diploma en Educación Superior por la Universidad Pública de El Alto (UPEA), 2020. Realizó estudios en el Instituto Técnico Superior ATENEA con el curso de Diseño Editorial, 2017; y en la Fundación para el Periodismo con el curso de *Community Manager*, 2018, en la ciudad de La Paz, Bolivia. Contribuyó con varios aportes en los campos periodístico, literario e investigativo, dentro y fuera de la Universidad, desde 2013 hasta 2020. Fue Responsable del Área de Comunicación de la Fundación Jesuitas de Bolivia, La Paz, entre 2017 y 2018; y, de la Fundación Servicio Jesuita a Migrantes en 2019. Desde el 2020, viene realizando labores como Coordinadora del Área de Comunicación e Investigación del grupo profesional Aportes a la Realidad Social (ARS), La Paz, del cual también es fundadora.



### Miguel Ángel Pinto Parabá



Es periodista. Trabajó en Radio Altiplano; en los periódicos Última Hora y Presencia y en el suplemento *Qué de La Razón*; en Televisión Universitaria y otros medios de difusión. Produce y conduce el programa radial *Añoranza*. Docente universitario de investigación y periodismo en la Universidad Mayor de San Andrés, desde hace 18 años. Fue Secretario Ejecutivo y Miembro del Tribunal de Honor de la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz. Egresado de la Maestría en Sociología de la Universidad Mayor San Andrés y Comunicador Social. Es autor de los libros: *Cuando los periodistas se enfrentaron al poder* y *Lecciones del levantamiento popular del 12 y 13 de febrero*, dos crónicas que retratan dos momentos de crisis nacional general. Tiene trabajos publicados en varias revistas y periódicos nacionales e internacionales.

### María Rossana Zapata Arriarán

Psicóloga, abogada y comunicadora social con Maestría en Género y Desarrollo (CESU-UMSS), Maestría en Derechos Humanos (UMSS), Máster en Gerontología Social (Universitat de Barcelona). Docente en cursos de pregrado y postgrado en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Mayor de San Simón (UMSS). Libros y artículos sobre derecho a la información, la articulación entre el psicoanálisis y el derecho, la relación entre el derecho cotidiano y el derecho positivo, epistemología, comunicación interpersonal y comunicación masiva.



### Maria Teresa Zegada Claire



Socióloga con Maestría en Ciencia Política (CESU-UMSS). Doctora en Procesos Sociales y Políticos en América Latina (PROSPAL) en la Universidad de Arte y Ciencias Sociales (U-ARCIS, Chile). Investigadora del Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social (CERES). Docente en cursos de pregrado y postgrado en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Simón (UMSS); en la Carrera de Comunicación de la Universidad Católica Boliviana (UCB); de postgrado en la Universidad Privada Boliviana y en el CIDES-UMSA. Diversos libros y artículos sobre política, democracia, movimientos sociales, partidos y conflictos en revistas y libros especializados en ciencias sociales y políticas. Investigadora y consultora en organismos nacionales e internacionales.

## Para autores

*Saberes y Diálogos. Revista Boliviana de Estudios en Comunicación* es una revista académica anual del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación, IpiCOM, de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, UMSA. Busca ser una plataforma para la difusión y debate de investigaciones y reflexiones sobre fenómenos y procesos comunicacionales en Bolivia y en otros contextos. Publica artículos con resultados de investigaciones y ensayos con reflexiones y propuestas sustentadas. Los textos son seleccionados mediante dictámenes de pares ciegos.

### Convocatoria al Número 4

*Saberes y Diálogos. Revista Boliviana de Estudios en Comunicación* convoca a los estudiosos del campo de la comunicación a presentar artículos, ensayos, avances de investigación y reseñas para su número 4, que será publicado en 2024.

Los *artículos* deben ser textos originales que presentan resultados de investigaciones sobre objetos y procesos comunicacionales. Su extensión varía entre 7.000 y 10.000 palabras Su estructura es la siguiente:

- Resumen
- Introducción
- Apartado teórico
- Apartado de metodología y materiales usados
- Apartado de evidencias empíricas
- Discusión
- Conclusiones
- Referencias

Los *ensayos* son textos originales que se dedican a reflexiones sobre objetos y procesos comunicacionales. Su extensión debe estar entre 5.000 y 8.000 palabras. Su estructura básica es la siguiente:

- Resumen
- Introducción
- Argumentación
- Conclusión

Los *avances* de investigación presentan los hallazgos preliminares de investigaciones en curso. Su estructura es variable y deben tener una extensión de entre 5.000 y 8.000 palabras.

Las *reseñas* se refieren a publicaciones recientes en el campo comunicacional. Su extensión no debe superar las 4.000 palabras.

Los detalles de la convocatoria pueden consultarse en: <https://saberes.umsa.bo>.

**IN MEMORIAM**  
**Carlos Aguilar Rodríguez (1961-2023)**



El fallecimiento repentino del Director titular de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y docente emérito de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés consternó a la comunidad docente-estudiantil y a todos los profesionales de la comunicación de Bolivia.

El hecho luctuoso sucedió el 24 de octubre de 2023 a menos de cumplir un año de su primera gestión como director titular de la mencionada unidad académica.

“Chaly” será recordado por el IpiCOM como un docente de larga trayectoria que ocupó cargos directivos tanto en la Carrera como en la Facultad. Del mismo modo será recordado como periodista, abogado y un profesional eficiente y de alta calidad humana.

Su producción intelectual que tocó temas relevantes de la comunicación boliviana está disponible en centros de documentación y bibliotecas.

La Paz, octubre de 2023.