

ISSN: 2346-1438

CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS SOCIALES  
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA



# III CONGRESO INTERNACIONAL Y XXXII SIMPOSIO DE CIENCIAS SOCIALES

---

Reflexiones en torno a las  
ciencias sociales en el  
marco de la **VII** Conferencia  
Latinoamericana y Caribeña  
de **CLACSO**

## Memorias





Universidad  
Pontificia  
Bolivariana

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES



# III CONGRESO INTERNACIONAL Y XXXII SIMPOSIO DE CIENCIAS SOCIALES

---

Reflexiones en torno a las  
ciencias sociales en el  
marco de la **VII** Conferencia  
Latinoamericana y Caribeña  
de **CLACSO**

© Escuela de Ciencias Sociales  
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana

**III Congreso Internacional de Ciencias Sociales**  
**XXXII Simposio de Ciencias Sociales**

ISSN: 2346-1438

Primera edición, 2016

Escuela de Ciencias Sociales

**Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín:** Mons. Ricardo Tobón Restrepo

**Rector General:** Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

**Vicerrector Académico:** Álvaro Gómez Fernández

**Decano Escuela de Ciencias Sociales:** Mg. Ramón Arturo Maya Gualdrón

**Jefe Editorial UPB (e):** Natalia Uribe Angarita

**Comité Editorial:**

Ph. D. Denisse María Roca Servat

Ph. D. José Roberto Álvarez Múnera

Ph. D. Luz Stella Carmona Londoño

Ph. D. Marcela María Vergara Arias

Mg. Ramón Arturo Maya Gualdrón

Mg. Nicolay Alexander Vargas García

**Comité académico:**

Ph. D. Denisse María Roca Servat

Ph. D. Luz Stella Carmona Londoño

Ph. D. Marcela María Vergara Arias

Mg. María Alejandra Gómez Vélez

Mg. Adriana Mora Arango

Mg. Zulima Azeneth López Torres

Mg. Natalia Andrea Salinas Arango

Mg. Nicolay Alexander Vargas García

Esp. Jose Luis Vahos Montoya

**Coordinación de producción:** Ana Milena Gómez Correa

**Diagramación:** María Isabel Arango Franco

**Corrector de estilo:** Cazagazapos

**Dirección editorial:**

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2016

E-mail: [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co)

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Telefax: (57) (4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

**Radicado:** 1400-29-09-15

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

# Contenido

---

## CAPÍTULO 1

<b>Comunicación, consumo y subjetividad .....</b>	<b>7</b>
Vínculos sociales en la empresa, desde la comunicación y la gestión del conocimiento, para una cultura auténticamente responsable .....	9
<i>Juan Esteban Valencia Rey, Doris Elena Muñoz Zapata</i>	
El consumo de experiencias de ocio como dinámica de la modernidad .....	19
<i>Melissa Cardona Sánchez</i>	
La reputación de la minería en la agenda mediática .....	29
<i>Verónica Suescún, María Victoria Pabón, Paul Capriotti</i>	
De un cierto indigenismo globalizado en la modernidad líquida.....	41
<i>Jean Paul Sarrazin</i>	
La crítica nostálgica al hiperconsumismo contemporáneo.....	51
<i>Juan F. Mejía-Giraldo</i>	
Una mirada sobre el adulto mayor en DC Comics y Calvin & Hobbes .....	61
<i>Sandra Leal Larrarte, Lilia Inés López, Paola Rodríguez</i>	

## CAPÍTULO 2

<b>Epistemología de la comunicación en las ciencias sociales .....</b>	<b>73</b>
¿Hacia una opinión pública digital? .....	75
<i>Ana María Miralles Castellanos</i>	
Metamorfosis digital: la investigación en la era de la comunicación digital.....	97
<i>Érika Jaillier Castrillón</i>	

## CAPÍTULO 3

<b>Políticas públicas y educación superior.....</b>	<b>109</b>
De social a sociales, un camino para pensar el país del postconflicto. Pensamiento y acción el espíritu de la investigación social en la UPB.....	111
<i>Beatriz Elena Marín Ochoa</i>	
Ciencia social digital, <i>Big Data</i> y otras promesas para revisar .....	123
<i>Lina María Aguirre Jaramillo</i>	
¿Investigación y docencia? En la perspectiva de una cultura investigativa .....	135
<i>Wilfrido Zúñiga Rodríguez</i>	

**CAPÍTULO 4**

<b>Simposio Junior .....</b>	<b>145</b>
Procesos y experiencias de inclusión social en las bibliotecas de Medellín.....	147
<i>Alejandra Londoño Isaza, Daniela Peña Duque, Marisol Criado Restrepo, Yésica Arango Ríos, Natalia Salinas Arango</i>	
Reflexiones sobre la violencia asociada al fútbol. Experiencia del barrio Florida Nueva de Medellín .....	157
<i>Andrés Felipe Castaño Echavarría, Daniel Philippe Bouckennooghe Pérez, Indira Olarte Nanclares, Daniela Martínez Valencia, Natalia Andrea Salinas Arango</i>	
Memoria colectiva y medios de comunicación: fijaciones parciales de un pasado reciente .....	167
<i>María José Bernal Quintanilla, Arturo Alejandro Guerra Muñetónez</i>	
Los dispositivos móviles como aliados educativos: mediaciones en el proceso de aprendizaje que motivan al estudiante.....	179
<i>Carolina Delgado Mesa</i>	
La mirada subalterna desde la propuesta narrativa de la película <i>El día de las Mercedes</i> .....	189
<i>Isabel Grisales Montoya, Ana María López C.</i>	
Transformación de la representación del héroe en la propuesta cinematográfica de Disney.....	201
<i>Catalina Acebedo Duque, Sarita Jaramillo Ramírez, Carolina Jiménez Arango</i>	

# CAPÍTULO 1

## COMUNICACIÓN, CONSUMO Y SUBJETIVIDAD

---





# Vínculos sociales en la empresa, desde la comunicación y la gestión del conocimiento, para una cultura auténticamente responsable

---

**Juan Esteban Valencia Rey**  
**Doris Elena Muñoz Zapata**

Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Gestión de la Comunicación

Comunicación para la gestión de las organizaciones

## Resumen

---

La comunicación y la gestión de conocimiento de las organizaciones productivas de la sociedad representan activos valiosos para el desarrollo y el posicionamiento de las mismas, pero a su vez, pueden convertirse internamente en activadores de relaciones, valores y vínculos, que aportan al bienestar de sus integrantes desde una perspectiva socialmente responsable.

A partir del desarrollo del proyecto de investigación: “Roles de la comunicación organizacional en la gestión del conocimiento en organizaciones del Valle de Aburrá”, realizado por el grupo de investigación Gestión de la Comunicación (GESCOM), se

propone que los vínculos sociales que se forman en la vida laboral, dependiendo de su constitución, densidad y uso, pueden anular o potenciar a los colaboradores de las empresas para relaciones que busquen el desarrollo empresarial, sostengan y fortalezcan valores y principios rectores de la organización, y la renovación se dé en el marco de la cohesión y la coherencia. Para ello, la comunicación y la gestión del conocimiento son aspectos transversales que pueden orientar, desde la gestión, esa influencia a través de su papel integrador de las estructuras y los colaboradores para encuentros y diálogos que sitúen las relaciones en el horizonte común de la organización por medio de los procesos de conversión del conocimiento.

**Palabras clave:** dinámica relacional, paradigma social, comunicación, gestión del conocimiento, responsabilidad social corporativa.

## Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa, como filosofía ética, propone la búsqueda de un desarrollo organizacional orientado a la rentabilidad, a lo social como desarrollo humano y a lo ambiental como aprovechamiento de los recursos desde una mirada sostenible. Ello exige a las organizaciones nuevas miradas de sí mismas que expliquen la realidad económica, social y medioambiental de cada organización y las gestiones hacia un horizonte común con la sociedad donde opera. Ser una empresa rentable no necesariamente es sinónimo de desarrollo, posiblemente por los costos que trae en otras dimensiones de la sociedad. Por ello, ante la conciencia social, hoy más que nunca es fundamental un mejor tipo de organización, un mejor negocio, un negocio responsable (Castells, 2003), que en su desarrollo organizacional busque el desarrollo de la sociedad como actor institucional. Para ello, requiere procesos y agentes que estén atentos a las realidades organizacionales y sean activadores de procesos de diagnóstico, orientación y funcionamiento.

Tanto la comunicación como la gestión del conocimiento pueden actuar en las organizaciones como activadores de relaciones, valores y vínculos que aporten bienestar a sus integrantes y que terminan repercutiendo desde la buena reputación de la empresa hasta el desarrollo socialmente responsable tanto de las personas que la conforman como en la gestión y los procesos para un mejor funcionamiento.

Sin embargo, hoy las organizaciones se enfrentan a una alta rotación del personal, poco sentido de pertenencia y adhesión al grupo organizacional, poca actitud para compartir lo que se sabe, cierto desconcierto frente a la organización ante pocas oportunidades para aprender más y baja involucración con los macro-objetivos de la organización, así como a la realidad social en la que están inmersos. Todo esto relacionado con el individualismo imperante en la cultura actual, que se manifiesta tanto en los empleados como en las estructuras organizacionales. Todo esto impacta negativamente el bienestar de las personas y a la organización misma, para luego repercutir en la sociedad.

Por ello, es necesario una mejor comprensión de la organización desde la perspectiva social que la ve como un entramado de vínculos creados socialmente para funcionar en su contexto (Rodríguez Fernández, Martín Quirós, & Zarco Martín, 2004).

Esta reflexión surge del proyecto de investigación “Roles de la comunicación organizacional en la gestión del conocimiento en organizaciones del Valle de Aburrá” en la que se analizaron los modelos de gestión del conocimiento en veinte grandes empresas (más de doscientos empleados de acuerdo con la Ley 590 de 2000) a través de una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, en la que se encuestó a las veinte y se realizó entrevistas semiestructuradas en algunas de ellas.

## **La conformación de vínculos sociales en las organizaciones**

Un vínculo es la unión o atadura particular (lazo) de una persona con otra o con algún objeto que entraña una relación consciente o inconsciente que, a su vez conlleva conductas y/o patrones de conductas que tienden a repetirse (Pichon-Rivière, 1986). Estas uniones o ataduras dependen, a su vez, de otros vínculos, porque siempre se configuran en el ámbito social. La conformación del vínculo no solo está asociada a lo que los une entre los dos, sino también al entorno social y a los tejidos de vínculos que los rodea y a la vez los une. Esto genera cierta orientación y un tipo de regulación. Cierta perspectiva sociológica, sin embargo, ha dado a entender que el contrato social regula la sociedad a través de la institucionalidad de las normas, reglas y costumbres por su estructura, olvidando la capacidad de transformación que da la interacción a los vínculos sociales (Sánchez Salcedo, 2008). Es decir, si bien la estructura social (sea consciente o inconscientemente construida) ejerce cierta

influencia en la conformación de los vínculos sociales, no escapa a la capacidad personal para modificar los vínculos a través de la interacción. Estos vínculos sociales se conforman a partir de su constitución, su densidad y su uso.

Pueden constituirse a través del entorno como lugares comunes, pertenencia a grupos o instituciones y recursos comunes que determinan el puesto y las funciones de las personas dentro de esas estructuras. Pero el individuo hace uso de sus propias facultades para encontrar su lugar desde su identidad y libertad, poniendo con su interacción un sello a esos vínculos sociales.

Sin embargo, influye también la densidad de los vínculos, es decir, si son fuertes, débiles o ausentes según la clasificación de Mark Granovetter (1973). La fuerza del vínculo depende de las relaciones interpersonales: “es una combinación del tiempo, la intensidad emocional, intimidad (confianza mutua) y los servicios recíprocos que caracterizan a dicho vínculo” (Granovetter, 1973, p.1361). Los vínculos fuertes mantienen la cohesión del grupo, pero fragmentan la realidad social a partir de una identificación por oposición con otros grupos, mientras que los vínculos débiles son puentes para otros tejidos sociales en los que se comparte diferente información. Si bien los vínculos débiles no poseen la capacidad de integración, permiten la movilidad social a partir de la información que difunden. Los vínculos ausentes son lazos funcionales que existen a partir de operaciones concretas y que pueden reducirse a su función (el repartidor de periódicos, la cajera de una tienda, el vigilante de un centro comercial) con el que no hay un mayor tipo de contacto más que para algo en particular, muy ocasional (Granovetter, 1973).

El uso de los vínculos sociales depende del acumulado que se ha guardado, producto de las acciones de otros actores sociales en el sistema social, generando un tipo de conducta particular en el contexto (Coleman, 1986). Este capital social, el acumulado de acciones, se convierten en una serie de recursos a los cuales recurrir, a partir de esos mismos vínculos sociales (Sánchez Salcedo, 2008). Este capital social se fundamenta en las estructuras sociales que enmarcan las acciones de los individuos, pero existe por las personas que deciden utilizarlos al aprenderlo de los vínculos que han establecido por la interacción. En otras palabras, el uso de los vínculos sociales se refiere a las acciones que pueden emprender los sujetos a partir de la relación que existe en el contexto en el que se desenvuelven.

Todo esto sucede en la organización como ámbito social, teniendo en cuenta la estructura particular establecida, el lazo laboral inicial y la cultura organizacional.

Así los vínculos sociales que se dan en este tejido social pueden ser un motivador para el desarrollo de los integrantes de la organización y para el desempeño laboral.

## **La dinámica relacional dentro de la cultura organizacional**

La cultura organizacional puede comprenderse como un tejido natural de vínculos sociales que conforman una estructura social entrelazada con la estructura intencionada y racional que toda organización diseña e implementa, contando con las paradojas y contradicciones que puedan existir en ella. Todo esto complejiza la organización porque los vínculos sociales se entretajan generando diferentes dinámicas relacionales como estas mismas dinámicas influyen en el entretajido social (Coleman, 1986). Esto se complementa con la visión de Schein (1988) al hablar de la cultura como un modelo que se forma de la búsqueda de adaptación e integración interna de un grupo social. Sin embargo, este psicólogo social afirma que, al ser aceptado el modelo, pronto se estructura en tres niveles (artefactos, normas y valores, y creencias). Cada nivel es más profundo que el primero. Schein además afirma que la cultura no llegará a ser consistente ni homogénea, ya que variará de grupo a grupo, dependiendo de su capacidad de aprendizaje para adaptarse e integrarse. Es importante mencionar que la comunicación puede influir en la cultura a través de la afirmación de valores y desacreditación de ellos, y su rol en la vida cotidiana para afectar tanto las formas de interacción como las conductas y comportamientos de las personas para varios procesos, entre ellos, la gestión del conocimiento (Muñoz Zapata, 2014).

Desde la interacción, implica que influya en esa estructuración cultural los roles que asumen las personas y el estatus que se les concede (Newstron, 2011), también la densidad de los vínculos que puedan cerrar ciertas áreas a la comunicación con otras por sus vínculos fuertes, fragmentando demasiado la organización, o que las áreas estén tan abiertas que sean altamente influenciables por otras por sus vínculos débiles y que terminen disueltas entre la organización.

Así la dinámica relacional en la organización depende tanto de la cultura organizacional ya estructurada como de la interacción que influye en ella. A ello se le suma que los vínculos sociales deben satisfacer las necesidades humanas de seguridad y significación, o según Paugam (2012), protección y reconocimiento.

## La comunicación como agente integrador de relaciones

La comunicación puede influir y potenciar los vínculos sociales de tal manera que redunde en el bienestar de los individuos así como en la organización. Para ello, es esencial que la comunicación utilice el paradigma social como clave de lectura en la que vea holística e integralmente a la organización como realidad social buscando la integración (interna) desde ese mismo contexto social (interacciones, cultura organizacional y estructura) y la adaptación (externa) a partir de las capacidades y recursos, obtenidos de los vínculos sociales.

Desde una visión administrativa, Muñoz lo dice claramente

Crear conectividad o redundancia en un ambiente humano, no es simplemente interconectar técnicamente individuos, sino más bien crear el ambiente “suficientemente bueno”, para utilizar la expresión de Winnicott, donde el vínculo social en toda su complejidad, pueda ser construido desde el ejercicio de las plenas facultades de todos y cada uno de los individuos. (Muñoz G., 2002, p.13)

Esto quiere decir que la comunicación no es técnica ni operativa, sino que es agente integrador de relaciones a través de la constante construcción de espacios de interacción en la organización a nivel tanto micro como macro, en el que los vínculos sociales puedan desarrollarse con cierta naturalidad y complejidad. Eso exige una visión menos persuasiva y más relacional de la comunicación. También logra ser integradora al potenciar los vínculos sociales ante la conciencia de la constitución, densidad y uso de ellos en la organización y sus áreas o procesos, buscando un recto equilibrio entre ellos para un ambiente sano socialmente en el que se satisfagan tanto las necesidades de los individuos como de la organización.

Por último, la comunicación logrará ser integradora en la medida que pueda influir en los microambientes que se formen en la organización (áreas, grupos, procesos, equipos) para que la dinámica relacional esté marcada por la satisfacción social de la seguridad y significación en cada persona a través de las relaciones, los procesos, las funciones, las situaciones de re-alimentación de los mismos, las dinámicas de los roles y el estatus ganado, la formación de los vínculos fuertes y débiles, las formas de vinculación y la cultura organizacional. Esto implica intervenir la comunicación

en negociaciones, las características de los diálogos, ayudar para que haya relaciones simétricas de doble vía, participación real y no aparente y realimentaciones.

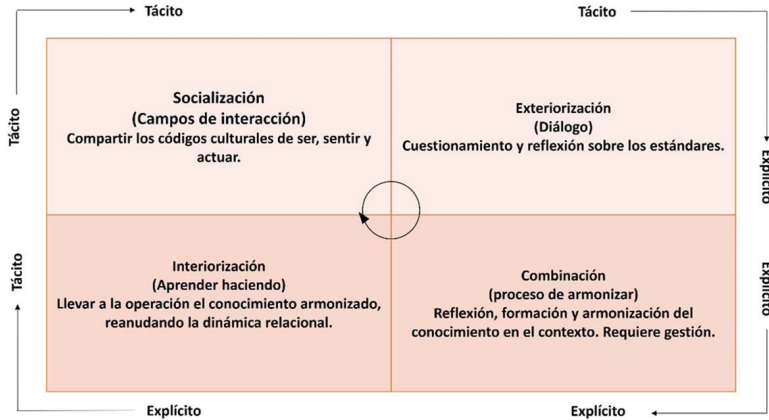
Al ser la comunicación un agente integrador, se convierte en una base transversal en la dinámica relacional de la organización para otros procesos organizacionales en el que implique niveles micro y macro, como la gestión del conocimiento. Esto exige que la comunicación organizacional no se centre en medios y escenarios espaciales o simbólicos, sino en las interacciones mismas que se desarrollan en el contexto social que es la organización misma.

## **La gestión del conocimiento como dinámica relacional**

Siendo el conocimiento información dotada de sentido que, obtenida de la experiencia, a partir de la vida social, ha sido organizada por el ser humano para comprender y comprenderse, se descubre una fuerte base relacional que le permite la existencia, porque exige la condición *a priori* de la interacción social. Por ello, la gestión del conocimiento, es decir, el proceso de poner al servicio (administrar) el conocimiento para la organización y los individuos que la componen en orden de desarrollarse, requiere una dinámica relacional satisfactoria para las personas y la organización, de tal manera que el desarrollo sea tanto micro como macro.

El modelo de gestión de conocimiento de Nonaka y Takeuchi (Nonaka & Takeuchi, 1999) revela, sin mencionarlo explícitamente, esta dinámica relacional interna a través de dos dimensiones: el conocimiento explícito y tácito y las cuatro formas de conversión de estos tipos de conocimiento (socialización, exteriorización, combinación e interiorización). Allí los autores revelan que solo en espacios de interacción en los que las personas comparten es posible que el conocimiento sea gestionado para el bien tanto de ellos mismos como de la organización a través de una circulación espiral.

Figura 1  
Dinámica relacional del conocimiento



Fuente: elaboración basada en el modelo de Nonaka & Takeuchi, 1999.

Para que la socialización se dé, es fundamental campos de interacción en que las personas se sientan a gusto de compartir con naturalidad evidenciando sus códigos culturales de ser, sentir y actuar. Estos campos de interacción se refieren a escenarios funcionales (puesto de trabajo), espaciales (lugares de reunión y de descanso) como simbólicos (identidad de la organización, cultura y clima organizacional, etc.).

En la exteriorización, la dinámica relacional debe girar en torno al diálogo que reflexione sobre su quehacer y cuestione los estándares del conocimiento adquirido. Requiere disponibilidad de tiempo, comunicación fluida y bidireccional, confianza y participación.

La combinación, al ser un proceso de armonizar el conocimiento, requiere gestión para que la reflexión, formación y armonización no se quede en meras palabras, sino que se estructure sistemáticamente para ser difundido y puesto a prueba en el trabajo cotidiano, además de poder ser asimilado en diferentes contextos.

Por último, la interiorización requiere el compromiso suscitado en los anteriores momentos con el conocimiento adquirido para ser llevado a la práctica, experimentando apropiación de él junto con sus compañeros de trabajo en el quehacer diario a través de acciones, procedimientos y procesos.



Esto exige que la organización esté dispuesta a cuestionarse a sí misma y la gestión que realiza para poder adaptarse con facilidad a nuevas realidades y desafíos tanto externos como internos. El cambio organizacional no es bueno en sí mismo si no está basado en realidades que confronten y desafíen la organización para que se desarrolle. Esto trae consigo la necesidad de alejarse de paradigma tradicional (Muñoz G., 2002).

## **Conclusiones**

La responsabilidad social empresarial pide responder por las acciones emprendidas, asumir las consecuencias y buscar ser coherentes desde la perspectiva asumida. Para que una cultura organizacional sea auténticamente responsable implica que las personas, quienes son las que deciden y realizan las acciones, estén involucradas y comprometidas con la organización, de tal manera que se sientan responsables tanto de la empresa como de sus acciones. Este nivel de involucración existirá en la medida que los vínculos sociales satisfagan las necesidades de seguridad y significación estableciendo dinámicas relacionales que generen, en últimas, comunidad. Eso llevará también a que la organización esté dispuesta a cuestionarse a sí misma, dejar que las personas, a través de esos vínculos sociales, se auto-organicen respondiendo a los ideales de la empresa y lo que la sociedad espera de ella para satisfacción de todos.

Esta cultura responsable se puede lograr a través de utilizar la comunicación como base transversal de la dinámica relacional que permita una influencia mutua, potenciadora de los vínculos sociales e integradora de las múltiples realidades de la vida social, para que fluya el conocimiento.

También será posible por medio de una verdadera gestión del conocimiento que se genere a partir de la dinámica relacional en la que se cuestione a la organización y sus procesos, se propongan nuevas formas de hacer, se mejoren los propios procesos a partir de nuevas ideas y se auto-organice la empresa para responder a los desafíos que se le presenten.

Todo esto debe estar cimentado sobre un cambio de paradigma en el que la organización se entienda desde lo social, permitiendo un cuestionamiento a sí misma y la gestión que realiza, con el fin siempre claro de buscar su desarrollo. Este cambio exige un compromiso real con buscar una comprensión social profunda de sus múltiples realidades.

## Referencias

1. Castells, M. (2003). Más allá de la caridad: Responsabilidad social en interés de la empresa en la nueva economía. En A. Cortina (ed), *Ética de la empresa en la sociedad de la información y comunicaciones* (pp. 55-73). Madrid: Trotta.
- 2.. Coleman, J. S. (Mayo de 1986). Social Theory, Social Research and a Theory of Action. *American Journal of Sociology*, 91(6), 1309-1335.
3. Granovetter, M. S. (Mayo de 1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
4. Muñoz G., R. (julio - agosto - septiembre de 2002). Paradigmas organizacionales y gestión humana. *Revista Universidad EAFIT*(127), 9-17.
5. Muñoz Zapata, D. E. (2014). XXXI Simposio de Ciencias sociales y II Congreso Internacional de Ciencias Sociales - Nación: ciudadanos, fronteras e imaginarios. *La comunicación en las organizaciones: de la gestión del conocimiento a la cultura solidaria del compartir y co-crear conocimiento* (pp. 261-272). Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
6. Newstrom, J. W. (2011). *Comportamiento Humano en el trabajo*. México: McGraw Hill.
7. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
8. Paugam, S. (Septiembre de 2012). Protección y reconocimiento. Por una sociología de los vínculos sociales. *Papeles del CEIC*, 2012/2(82), 1-19. Obtenido de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/papelesCEIC/article/view/12453/11375>
9. Pichon-Rivière, E. (1986). *Teoría del vínculo*. Buenos Aires: Nueva Visión SAIC.
10. Rodríguez Fernández, A., Martín Quirós, M. A., & Zarco Martín, V. (2004). Psicología de las Organizaciones. En A. Rodríguez Fernández, F. Díaz Bretones, F. Fuertes Martínez, M. A. Martín Quirós, M. Montalbán Peregrín, E. Sánchez Santa-Bárbara, & V. Zarco Martín, *Psicología de las organizaciones* (pp. 69-124). Barcelona: Editorial OUC.
11. Sánchez Salcedo, J. F. (septiembre de 2008). Los vínculos sociales como formas de regulación. Reflexiones sobre el poder de los vínculos en la sociedad colombiana. *Noésis. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 17(34), 204-234.
12. Schein, E. H. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo*. Barcelona: Plaza & Jones Editores.

# El consumo de experiencias de ocio como dinámica de la modernidad

---

**Melissa Cardona Sánchez**

Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Grupo de Investigación Epilión

Entorno y consumo

## Resumen

---

La presente ponencia aborda un tema de interés social que hace referencia a la búsqueda de la felicidad, la satisfacción, el placer, la salud física y mental, así como la realización personal de acuerdo con la escala de valores humanos. Como medio para tal fin, se crea una atmósfera de interés en el fenómeno de consumo orientado hacia las “experiencias de ocio”, que cuentan con antecedentes históricos que datan de la época de los griegos, toman importancia a mediados del siglo xx y cobran vigencia en la modernidad. En concordancia con lo anterior, se hace un acercamiento bibliográfico a los conceptos e investigaciones de diversos autores respecto al tema del ocio y las experiencias relacionadas con este, sus características y aspectos relevantes (como los valores autotélicos), los factores motivacionales, la relación con el individuo (subjetividad de las vivencias, percepciones y emociones), la desigualdad del derecho a la recreación, la relevancia para el mercado (fenómeno de consumo en diferentes industrias) y la orientación hacia un *marketing* experiencial. Adicionalmente, se trata con brevedad el tema de la modernidad sólida y su transición hacia una esfera líquida, que se convierte en paradigma reivindicativo de este fenómeno de consumo

de acuerdo con la calidad de vida que desean alcanzar los individuos y el papel que deben ejercer los gobiernos y las empresas. Todos estos temas generan interés debido a su pertinencia en materia de dinámica de consumo y su aplicación en cualquier ámbito geográfico, desde lo local hasta lo internacional.

**Palabras clave:** hedonismo, *marketing* experiencial, sociedad de ensueño, economía de la experiencia.

## Introducción

---

El “ocio” no es un tema de interés nuevo, ha existido a través de los siglos ya que su esencia es inherente a la naturaleza humana. No obstante, los estudios sobre el tema han cobrado importancia desde la época griega, cuando el hombre comenzó a preguntarse por las circunstancias que le rodean y surgió la necesidad de explicarse cualquier realidad. Desde ese entonces se creó una atmósfera orientada hacia el hedonismo y la búsqueda de la felicidad, alcanzados a través de las experiencias de ocio, asunto que ha sido tratado por diferentes autores que lo ven como un medio para lograr tal estado ideal.

A lo largo de este documento se podrán encontrar definiciones teóricas acerca de este tema; un recorrido histórico del ocio con sus respectivas variantes de acuerdo a diferentes sociedades; la relación existente entre ocio y experiencias; el surgimiento de tres conceptos clave que giran en torno a dicha relación: el *marketing* experiencial, la sociedad de ensueño y la economía de la experiencia; y unas reflexiones finales que se enmarcan en una vida positiva y un consumo humanista.

## Planteamiento del problema

---

Las nuevas generaciones, entre las que se encuentran los denominados *millennials* (nacidos entre 1982 y mediados de la década del 2000), desean vivir al máximo el presente y por ende el trabajo ya no es el motor principal de su vida. En

esta esfera las personas desean realizar actividades más gratificantes y hedónicas, que le den sentido a su existir y las direccionen hacia la felicidad, hecho que se facilita a través de las experiencias de ocio, que hacen referencia a acontecimientos vividos por el individuo (lo que presencia, siente, conoce o le provoca) que son sinónimo de plenitud y satisfacción.

Ahora bien, el campo de la industria del entretenimiento promueve un entorno hedonista con la generación de este tipo de experiencias, y es el sector restaurantero (que hace parte de esta industria) uno de los que más atrae consumidores. Según este contexto, durante la investigación se seleccionarán restaurantes temáticos con los cuales se intentará conocer la percepción de los *millennials* al consumir las experiencias que estos lugares ofrecen y que se viven a través de los cinco sentidos. Por ahora y para la presente ponencia el asunto será tratado como un acercamiento teórico, sin ahondar aún en el trabajo de campo.

## Metodología

El proyecto a desarrollar se desenvuelve en una investigación de alcance exploratorio con enfoque etnográfico, cuyo trabajo de campo daría cuenta de la percepción de las experiencias de ocio en restaurantes temáticos, enfatizando en los aspectos individuales y subjetivos de la vivencia enmarcada en un contexto social.

Esta ponencia hace referencia a la etapa inicial de dicha investigación, en la que se realiza una indagación preliminar con fuentes secundarias o una revisión bibliográfica que rastrea categorías de análisis como *ocio* y *experiencias*, con el fin de comenzar a entender este fenómeno desde una perspectiva teórica.

## Concepto de *ocio* y un breve recorrido histórico

El ocio “es un área de experiencia que permite desarrollo, una fuente de prevención de enfermedades físicas y psíquicas, un derecho humano que parte de tener cubiertas las condiciones básicas de vida, un signo de calidad de vida y un posible potencial económico” (Cuenca, 1995, p.26). Por su parte, la Carta Internacional sobre Educación de Ocio (1993) lo describe como:

Área específica de la experiencia humana con sus beneficios propios, entre ellos la libertad de elección, creatividad, satisfacción, disfrute y placer, y una mayor felicidad. Comprende formas de expresión o actividad amplias, cuyos elementos son frecuentemente tanto de naturaleza física como intelectual, social, artística o espiritual. (World Leisure and Recreation Association, 1993, pp.13-16)

Paralelamente, es importante destacar que el ocio tiene tres factores clave: el tiempo libre (Neumeyer y Esther, 1936), el tipo de actividad y la experiencia vivida (De Grazia, 1963). En ese sentido, es una manera de utilizar el tiempo libre mediante una actividad elegida autónomamente que resulta ser una experiencia placentera para el individuo (Trilla, 1989).

Adicionalmente, la revista *Journal of Leisure Research* de 1998 indicó que la práctica de ocio tiene tres naturalezas. En la *naturaleza multidimensional* se vive una gran variedad de experiencias, incluyendo las desagradables o estresantes (Tinsley y Tinsley, 1986); en la *naturaleza transitoria* el ocio tiene lugar en períodos cortos e ininterrumpidos, más que en períodos extensos (Mannell y Iso-Ahola, 1980); finalmente, la *naturaleza multifase* tiene una estructura de etapas, es decir que se enriquece en tres momentos clave: aquel en que se sueña con vivir las prácticas (pasado), en el que se viven (presente) y en el que se recuerdan como memorables (futuro) (Turner y Bruner, 1986).

Ahora bien, al tomar como fuente a Antonio Hernández (2005), el ocio ha sido tema susceptible de transformaciones en diferentes épocas. En el período de los antiguos griegos (1200 a. C.-146 a. C) apareció la palabra *skholé*, relacionada con el tiempo libre (ajeno a los esclavos), ya que significaba estar desocupado y gozar de un estado de paz y creación. Más tarde, los romanos (753 a. C.-476 d. C) hablaban de *otium*, específicamente del “ocio de masas”, orientado a actividades de diversión para toda la sociedad, impuestas por los emperadores para dominar mejor (anfiteatros y lucha de gladiadores).

Posteriormente, en la Edad Media (siglo v-siglo xv) el ocio se volvió a orientar únicamente hacia las clases altas, ya que eran las que podían pagar a otros por tareas serviles para abstenerse del trabajo pesado y dedicarse a actividades como las artes, la ciencia, etc. Siglos después, en la Edad Moderna (siglo xv hasta fines del siglo xviii) se da una nueva variante con respecto al concepto de *ocio*, considerándolo un vicio

personal negativo e improductivo, opuesto al trabajo. En este periodo surge la Revolución industrial (mediados del siglo XVIII), época en la que el hombre —a través de su fuerza de trabajo— decide desarrollar grandes obras de ingeniería o producción a gran escala, configurando la renuncia del bienestar individual inmediato en pro de lograr el progreso colectivo en el futuro.

Zygmunt Bauman (2000), citado por Monteagudo (2008), expuso esta época como la modernidad sólida, en la cual el ocio fue considerado un paradigma laboralista explicado como un *mal necesario*, válido para posibilitar el descanso y la recuperación de fuerzas para continuar con el trabajo; en otras palabras, se relacionaba con el tiempo libre o el momento en que una persona disfrutaba después de cumplir sus obligaciones laborales, tras una exhaustiva jornada de trabajo.

En lo que respecta a dicho paradigma laboralista, la industrialización ocasionó un aumento de la jornada laboral e implementó horarios de trabajo tan exagerados que incitaron una ola de protestas, las cuales lograron que los gobiernos establecieran límites a las jornadas laborales diarias y pensaran en una legislación que defendiera los derechos de los trabajadores. Además, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en su Declaración Universal de los Derechos Humanos, incluyó el derecho al disfrute del tiempo libre (Art. 24), que tuvo una relevancia significativa.

Finalmente, surge la era de la modernidad líquida (denominada de esta manera también por Bauman), una época de cambio, transitoriedad, liberalización de los mercados y precariedad de los vínculos humanos, en la cual la idea de una sociedad industrial cuyo foco del progreso y del éxito fuesen el trabajo pesado y las colectividades mutó hacia la sociedad de consumo, orientada a suplir necesidades individuales de toda índole, entre ellas la del ocio.

## **Evolucionando hacia el término *experiencias***

El término *experiencias* ha sido estudiado a través de diferentes autores; Ortega y Gasset (1913), por ejemplo, lo equipara con el de *vivencias* y a su vez con el término alemán *Erlebniz*, que según el Wahrig Deutsches Wörter-buch (diccionario alemán) significa acontecimiento que uno vive o suceso en el que uno se ha visto envuelto; Monteagudo lo explica así:

El consumo de nuestra sociedad es un consumo de experiencias (...) En la Modernidad líquida, todo esfuerzo humano con sentido debe adoptar la forma de una vivencia caracterizada por (...): privacidad, libertad y satisfacción inmediata. Aunque tengan un contexto social (...) las vivencias son acontecimientos privados, experimentados por el sujeto. Rehúyen someterse a reglamentación alguna, deben ser libremente elegidas. Por último, si elige una vivencia entre otras es porque considera que ella proporcionará satisfacción en sí misma. (Monteagudo, 2008, p.36-37)

Así pues, en respuesta a un mundo cambiante se dio la necesidad de dirigirse hacia un consumo de actividades placenteras, memorables y satisfactorias, y por eso surgió en la década de los ochenta el *marketing* de experiencias (Moral y Fernández, 2012), que busca herramientas que involucren las experiencias en cualquier proceso de compra o interacción con el consumidor.

Con este enfoque del *marketing* se toma conciencia del valor de las emociones en las decisiones de compra de los consumidores y se considera que las experiencias resultan de estímulos provocados por los sentidos y percibidos por el consumidor, lo que aporta valores emocionales, cognitivos o sensoriales, y sustituye a los de funcionalidad del producto. En consecuencia, el individuo no puede verse únicamente como un ser racional sino también como un ser emocional, que desea recibir estímulos y experiencias cargadas de emotividad y creatividad (Schmitt, 1999).

En estos términos, en la década de los noventa los intereses se orientaron hacia el concepto de la *sociedad de ensueño* (Jensen, 1990), que se refiere a que el consumo no se da únicamente para suplir las necesidades básicas, sino motivado por las emociones, las sensaciones, los simbolismos y los estilos de vida que se generan en los consumidores y que se traducen en experiencias asociadas a sus valores morales y culturales (Cuenca, 2012).

Así pues, el ocio es motivado por la sociedad de ensueño y se convierte en un interés económico manejado por diferentes industrias organizadas, todas ellas susceptibles al consumo a través de las experiencias. De acuerdo con el Foro de Investigación, Pensamiento y Reflexión en torno al Ocio, realizado en 2007 en la Universidad de Deusto, la unión de estas industrias ha generado expresiones como la de la *economía de la experiencia*.



En dicho contexto, industrias como la del entretenimiento, la cultural o la del ocio involucran actividades en las que el hombre asume un papel de espectador y consume productos o servicios culturales relacionados con la literatura, las obras de teatro, el cine, etc.; además de actividades en las que el hombre asume un papel participativo y se recrea, como los juegos, los *hobbies*, el deporte, los parques temáticos, el *shopping* y aquellas que vinculan una interacción social, tales como asistir a restaurantes o discotecas (Ferrándiz, 2011). Adicionalmente, las industrias creativas involucran los diferentes tipos de artes (plásticas, literarias, escénicas, musicales) y áreas como la publicidad, el diseño y el *software* interactivo (Monteagudo, 2008).

Ahora bien, aunque las experiencias que otorgan dichas industrias se dan en un contexto social, recaen sobre la vivencia de cada individuo en específico; este hecho reivindica que el “yo” juega un papel fundamental. De acuerdo con Cuenca (2012), para entender el significado de la experiencia de ocio es esencial partir del sujeto que la vive, para lo cual expone los resultados de 215 entrevistas a personas que practican el ocio habitualmente.

Este estudio indicó que las personas entienden las experiencias de ocio como una actividad realizada por gusto y satisfacción, un *hobby*, el tiempo libre dedicado a hacer lo que les gusta y la ocupación del tiempo de forma creativa y gratificante. Adicionalmente, están de acuerdo con que su *hobby* es una forma adecuada de disfrutar del ocio, porque les gusta, lo desean, los enriquece y se sienten cómodos practicándolo, lo que emocionalmente reivindica una enorme satisfacción, el placer y la relajación.

En este orden de ideas, se reitera que el comportamiento del consumidor está motivado por el “placer” y la satisfacción que se espera obtener de los productos, más que por su funcionalidad o utilidad (Holbrook y Hirschman, 1982). Sin embargo, autores como Crandall (1980) y Dumazedier (1968) indican que tras la satisfacción personal también hay otros motivadores del ocio, tales como el desarrollo personal, la liberación de la rutina, el descanso, la diversión, el reto, el altruismo, entre otros.

Además de dichas motivaciones, Cuenca (2004) expone que el ocio autotélico (como un fin en sí mismo) también evoca valores que hacen de este una experiencia humanizante, entre los que se encuentran valores sensibles como el placer y la alegría; estéticos como la belleza y la armonía; intelectuales como la verdad y el conocimiento; morales como la justicia, la libertad, la igualdad, la honestidad y la solidaridad; vitales como la salud y la fortaleza; útiles como la capacidad y la eficacia; y religiosos como lo sagrado.

## El ocio, un reto de primera necesidad

En concordancia con lo anterior, el ocio podría ser considerado un bien de consumo de primera necesidad, ya que sus factores motivacionales mejoran la calidad de vida de las personas al relacionarse con actividades que otorgan crecimiento personal o tienden a combatir algunos males, como la depresión, la ansiedad, el estrés, la soledad, las enfermedades por sedentarismo, etc.

Pese a lo anterior, las experiencias de ocio aún no han cobrado la importancia que se merecen como un derecho humano básico e inalienable, catalogado así por la World Leisure & Recreation Association (1993). Actualmente no son atribuibles a todos los individuos debido a la desigualdad de los derechos, la carencia de recursos para financiar estas prácticas, la falta de capacidades físicas y mentales para realizar ciertas actividades, las ideologías culturales, entre otros factores que dejan a muchas personas discriminadas y excluidas de este tipo de experiencias.

Este tema se convierte en un reto para los gobiernos y las empresas, ya que deben estar conscientes de la responsabilidad social que tienen al asumir el poder de generar políticas y lineamientos que apoyen y promuevan los espacios dedicados al ocio, con el propósito de evitar la presión y el estrés que genera el exceso de estudio en sistemas educativos demasiado competitivos, los problemas de salud mental (como las enfermedades ocasionadas por la tensión, la ansiedad o la depresión), las dificultades laborales (como el síndrome de *burned out* por exceso de carga laboral) y de civismo (como los conflictos intrapersonales e interpersonales).

## Conclusiones y reflexiones finales

Recapitulando lo dicho, las personas pueden tomar sus decisiones de consumo basadas en el grado de satisfacción que les proporcione. De allí que la intención se debería enfocar en la venta experiencial, más que en la de bienes o servicios. Como ejemplo de ello se encuentra el caso exitoso de Walt Disney y su mundo de experiencias insertado en los parques temáticos, las películas y las animaciones (Pine y Gilmore, 1999).

En este sentido, el fenómeno del consumo del ocio implica experiencias de gran calidad que generen una alta recordación en el sujeto y con ello un sentimiento gratificante y memorable; además, que tiendan a satisfacer deseos psicológicos (autorrealización, afán de novedad, etc.), más que de utilidad.

Tratando de responder a esta realidad, el mercado se ha interesado en ofrecer experiencias únicas y memorables como el camino para mantener la competitividad de la empresa. No obstante, la academia considera que esta es una aproximación superficial, orientada hacia el producto y alejada de la verdadera esencia de la persona, hecho que se ve reflejado en la concepción con la que Bauman (2002) intenta plantear que la modernidad líquida está atravesada por una dinámica adversa —guiada por la sociedad de consumo— que priva a los sujetos de su autonomía ya que las opciones de consumo y la satisfacción del deseo son generadas por los mismos productores.

Finalmente, el fenómeno del ocio debe ser objeto del interés en torno a una dinámica de vida positiva y a un consumo explicado desde una corriente humanista que contraste la individualidad enfermiza de la modernidad líquida y genere experiencias únicas que aporten crecimiento personal, satisfagan las necesidades psicológicas, mejoren la calidad de vida de las personas y fortalezcan vínculos sociales. Bajo este panorama se podría pensar en un consumo de experiencias que supere el enfoque lucrativo del dinero.

## Referencias

1. Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
2. Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE.
3. Crandall, R. (1980). Motivation for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-54.
4. Cuenca, M. (1995). *Temas de pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
5. Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del ocio: modelos y propuestas*. Bilbao: Deusto.
6. Cuenca, M. (2012). Ocio experiencial: antecedentes y características. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188 (754), 265-281.
7. De Grazia, S. (1963). Tres conceptos antiguos en el mundo moderno: el trabajo, el tiempo, el ocio. *Revista de Estudios Políticos*, 3(131), 5-20.
8. Dumazedier, J. (1968). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.

9. Ferrándiz, R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del “campo” cultural. *Comunicar*, 18(36), 149-156.
10. Hernández, A., y Morales, S. (2005). Acerca del ocio, del tiempo libre y de la animación sociocultural. *Ciencia, Deporte y Cultura Física*, 5(23), 1-4.
11. Holbrook, M., y Hirschman, E. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
12. Jensen, R. (1990). *The dream society*. New York: McGraw Hill.
13. Mannell, R., e Iso-Ahola, S. E. (1980). Social psychological techniques and strategies for studying leisure experiences. *Social psychological perspectives on leisure and recreation*, 62-88.
14. Monteagudo, M. (2008). *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
15. Moral, M., y Fernández, M. (2012). Nuevas tendencias del *marketing*: *marketing* experiencial. *Entelequia Revista Interdisciplinar*, 14, 237-251
16. Neumeier, M., y Esther, S. (1936). *Leisure and recreation*. New York: Barnes.
17. Pine, J., y Gilmore, J. (1999). *The experience economy: Work is a theatre and every business a stage*. Cambridge: Harvard Business School.
18. Schmitt, B. (1999 ). *Experiential marketing*. New York: Free Press.
19. Tinsley, H., y Tinsley, D. (1986). A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8(1) 1-45.
20. Trilla, B. J. (1989). La ciudad educadora. *Revista IDEP*.
21. Turner, V., y Bruner, E. (1986). *The anthropology of experience*. Chicago: University of Illinois Press.
22. World Leisure and Recreation Association. (1993). International Charter for Leisure Education. *ELRA (European Leisure and Recreation Association)*, 13-16.

# La reputación de la minería en la agenda mediática

---

**Verónica Suescún<sup>1</sup>,  
María Victoria Pabón<sup>2</sup>  
Paul Capriotti<sup>3</sup>**

Colombia y España

Universidad pontificia Bolivariana y Rovira i Virgili  
Grupo de investigación Gestión de la Comunicación

## Resumen

---

Con la crisis financiera mundial de la última década, la reputación corporativa comenzó a permear la investigación en ciencias sociales para reflexionar sobre la ética de los negocios y la responsabilidad social, en el marco de la sociedad del riesgo propuesta por Ulrich Beck.

- 1 Doctoranda en Antropología y Comunicación y máster en Comunicación Estratégica en la Sociedad del Riesgo de la Universidad Rovira i Virgili (España). Publicista y especialista en Gerencia del Talento Humano de la Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia). Docente e investigadora del Grupo Gestión de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana
- 2 Magister en Ciencias de la Información, con énfasis en Marketing Político, de la Universidad de Navarra (España). Comunicadora Social-Periodista de la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela) y especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia). Docente e investigadora del Grupo Gestión de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia). Correo electrónico: maria.pabon@upb.edu.co.
- 3 Doctor en Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (España). Licenciado en Comunicación Social, Relaciones Públicas, de la Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Profesor e investigador del Grupo Asterisc del Departamento de Estudios de Comunicación de la Universidad Rovira i Virgili (España). Correo electrónico: paul.capriotti@urv.cat.

Es sabido que los medios de comunicación masiva tienen una influencia directa en la formación de la opinión pública y en los hábitos de los ciudadanos-consumidores porque contribuyen a generar visibilidad sobre los contenidos de la agenda pública e influyen en la valoración que los sujetos tiene de ella. De esta forma, los medios de comunicación participan en la configuración de la reputación pública de los individuos, las organizaciones y los temas.

La industria minera colombiana está en auge y es tema de especial interés por su percepción dicotómica entre la opinión pública: su cara positiva está asociada al paradigma de la riqueza que la concibe como *locomotora* del desarrollo económico y su cara negativa a los impactos que afectan a las poblaciones más vulnerables y los recursos naturales. Colombia País Minero es la visión hacia el año 2019 que se plantea el gobierno actual (UPME, 2006).

En este contexto, resulta estratégico conocer la información de la agenda pública para contribuir al debate sobre si a Colombia le conviene o no convertirse en un país minero. Esta ponencia presenta la evaluación de la reputación mediática de la minería, mediante el análisis de contenido apoyado en las teorías de los efectos de los medios de comunicación de masas en la opinión pública.

**Palabras clave:** agenda *setting*, *framing*, opinión pública, reputación, minería.

## Actores y elementos que configuran la reputación mediática de la minería en Colombia

### La reputación

Ofrecer una definición para el concepto de *reputación* es complejo debido a la cantidad de propuestas que los autores aportan, además de su similitud con el término *imagen*, que suele usarse como sinónimo. Ambos conceptos comparten una misma idea: las asociaciones mentales que hacen los públicos en función de la información que reciben de las organizaciones y que están compuestas por un conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar el sujeto/objeto/tema, valorarlo y diferenciarlo de otros (Capriotti, 2009). En lo que sí hay consenso es en su importancia como

área multidisciplinar de estudio y desarrollo en sociología, comunicación, publicidad, mercadeo, gerencia, entre otras disciplinas.

Los referentes teóricos de la reputación fortalecen el corpus teórico sobre el *corporate*, entendido como una teoría cultural sobre la gestión integrada de todos los activos intangibles de la organización; en beneficio de la reputación, la imagen y la comunicación. La gestión de los activos intangibles es un asunto relevante, consecuencia de la crisis financiera del 2008. La reputación refuerza estos activos intangibles, los revaloriza y estos a su vez consolidan la reputación, generando valor para las organizaciones (Villafañe, 2004). La reputación en las organizaciones incluye la estrategia, la ética, las condiciones laborales, el *branding*, la innovación, el cuidado del ambiente, entre otros activos intangibles.

La reputación es el resultado del proceso de adquisición de conocimiento de los públicos acerca del sujeto/objeto/tema y no una transmisión literal de sus intenciones. Es un proceso de reconstrucción y organización individual del conocimiento. La reputación no es el sujeto/objeto/tema como tal, sino una evaluación que los públicos hacen de él, en la que le otorgan atributos para identificarlo y establecen una forma de relacionarse con él (Capriotti, 2009).

## El estudio de los medios de comunicación

Los medios de comunicación tienen un impacto directo en la forma en que las personas se relacionan con el mundo. Con su incursión en la vida diaria influyen el conocimiento, el entendimiento y la determinación de los individuos frente a la realidad de la sociedad (Berger y Luckmann, 2001). Sin el acceso a los medios los ciudadanos-consumidores no se darían cuenta de que hay muchos temas que se desarrollan y que configuran la realidad, porque las noticias informan sobre acontecimientos recientes y cambios en el entorno, más allá de su experiencia propia. Algunos autores han concluido que es, en gran parte, a través de ellos como se establece la realidad social (Capriotti, 2012).

Los medios de comunicación no se limitan a mostrar hechos, dirigen la atención e influyen en la percepción de la audiencia sobre los temas más importantes del día. Cuando han divulgado la información y han sensibilizado a la audiencia, esta sigue formándose cogniciones, actitudes y conductas diferentes (Luhmann, 2007). A esta capacidad para influir en la relevancia de un tema se le ha llamado la fijación de la agenda, que con el tiempo se convierte en la agenda pública, la agenda del debate y del pensamiento colectivo, el nivel inicial de formación de la opinión pública (McCombs, 2004).

La teoría de la agenda *setting* plantea cómo la visibilidad en los medios de comunicación hace relevante a un sujeto frente a los públicos (primer nivel de la agenda *setting*), y cómo los atributos y la importancia que los medios otorguen a los mismos serán determinantes en la valoración que ellos hagan de un sujeto o tema (segundo nivel de la agenda *setting*) (Capriotti, 2012; McCombs, 2004). Otra teoría sobre los efectos de los medios de comunicación es el *framing* o análisis de marcos interpretativos, que se refiere a cómo un determinado tema puede tener una influencia diferente en la audiencia, de acuerdo a cómo sea tratado por los medios de comunicación (Sádaba, 2007).

Capriotti (2012) entiende la reputación mediática como la forma en que los sujetos, las organizaciones y los temas son presentados por los medios de comunicación ante la opinión pública, mediante la cobertura y el tratamiento (grado de visibilidad y de valoración) de las informaciones sobre los mismos. Teniendo en cuenta la teoría de la agenda *setting* y el *framing*, ha establecido tres principios fundamentales para evaluar la reputación mediática: (1) visibilidad mediática y notoriedad pública del sujeto, (2) atributos mediáticos y atributos públicos del sujeto y (3) favorabilidad mediática y evaluación del sujeto.

## La industria minera

La minería se ha convertido en una de las actividades más importantes en un creciente número de países de ingresos bajos y medianos (McMahon, 2010). El *boom minero* se puede explicar por el alza de precios de los *commodities* a principios del año 2000, que afectó al oro y al cobre principalmente, y que fue motivado por el crecimiento industrial acelerado de las economías asiáticas emergentes, en el contexto de crisis de las economías europea y estadounidense (Suárez, 2012). También por la expansión, a los países de la periferia, de las transnacionales del sector extractivo mediante la inversión extranjera y bajo las políticas neoliberales imperantes en el contexto económico internacional (Toro, 2012).

América ha sido conocida como despensa metalífera para el mercado mundial. Desde la Conquista son más de 500 años de extracción masiva de recursos naturales (Villamil, 2012). La cordillera de los Andes representa un gran patrimonio geológico para los países del Sur, pero esto no es lo único que ha seducido a la inversión extranjera, también lo han hecho los estímulos que se han otorgado a las grandes industrias como resultado de las reformas mineras, con la apertura económica de los noventa (Delgado, 2010).



Se puede afirmar que la actividad minera se realiza en la mayor parte del territorio colombiano. Los departamentos con mayor cantidad de títulos mineros son Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Norte de Santander y Santander. Antioquia es el departamento con más títulos vigentes, agrupa el 42.8% y el 31.5% de los títulos para la explotación de oro y plata. La mayor cantidad de títulos para la explotación de carbón se encuentra en Boyacá, mientras que para la extracción de material para la construcción se encuentra en Cundinamarca (Escobar y Martínez, 2014).

La minería moderna en Colombia es reciente, aún se desconocen los riesgos y las oportunidades reales de sus procedimientos. Gran parte de la población desconfía de la actividad y existe una fuerte propaganda antiminera que se suma a la carencia de una estrategia integral de comunicación del sector (Fedesarrollo, 2012). Apenas unas pocas empresas nacionales están demostrando interés por proyectar su imagen/reputación.

## Metodología

Para la recolección de la muestra se realizó una observación sistemática de las versiones *online* de los cinco primeros diarios nacionales más leídos, que incluyen información general, son gratuitos o populares. La unidad de análisis fueron las noticias sobre minería. El periodo estudiado constó de seis semanas durante los tres primeros meses del 2014, y se obtuvieron 290 artículos en total.

Tabla 1 - Audiencia de los diarios estudiados

	Diarios	Tipología	Lectoría
1	<i>El Tiempo</i>	Información general	1.150.376
2	<i>ADN Bogotá</i>	Gratuito	778.836
3	<i>Q'hubo Medellín</i>	Popular	426.530
4	<i>El Espectador</i>	Información general	238.965
5	<i>El Colombiano</i>	Información general	205.653

Fuente: Estudio General de Medios (EGM) 2012, tercera medición<sup>4</sup>.

4 Datos del Estudio General de Medios (EGM) 2012, publicados por el portal *nochesdemedia.com* el 21 de noviembre del 2012, disponible en línea en <http://nochesdemedia.com/2012/11/21/ultimo-egm-el-tiempo-es-el-mas-leido-del-pais-gratuitos-y-populares-siguen-consolidandose/>.

Para analizar el primer nivel de la agenda *setting*, se definió la categoría visibilidad mediática y se estableció un indicador: el nivel de exposición (número de noticias). Para evaluar el segundo nivel de la agenda *setting* se realizó un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, en el que se establecieron dos categorías para clasificarlas: temas mediáticos y favorabilidad mediática.

La categoría temas mediáticos clasificó la información en relación con la dimensión sustantiva (atributos cognitivos). Se definieron diez temas, cinco para cada uno de los dos *frames*. (1) Capacidad del negocio: gestión de liderazgo y estrategia empresarial, gestión de resultados empresariales, gestión de RRHH y empleo, gestión de productos y servicios y gestión de innovación. (2) Responsabilidad social: gestión corporativa, gestión de RRHH, gestión medioambiental, compromiso social, compromiso ambiental.

La categoría favorabilidad mediática, relacionada con la dimensión afectiva, permitió clasificar las noticias según su valor: *positivo* o *negativo* (en relación con opiniones y/o posiciones). Finalmente, la información se recogió en una matriz de Excel que facilitó la clasificación de los datos, la sistematización de los resultados y sus posteriores análisis e interpretación.

## Principales resultados

### Visibilidad y favorabilidad mediática de la minería

En las seis semanas de investigación, la minería contó con un total de 290 noticias en los cinco diarios estudiados: tres de información general, uno popular, uno gratuito. La media de exposición fue de 58 apariciones por diario y 48,3 por semana (6,9 por día), lo que refleja que la minería tiene una visibilidad mediática *muy alta* en los diarios *online* colombianos.

Tabla 2 - Exposición total y media

Total exposición	Sector En general		Empresas mineras en particular	
	Nº	%	Nº	%
290	186	64,1	104	35,9
Media Exposición	Semana		Día	
58	48,3		6,9	

Fuente: elaboración propia.

Una tercera parte de la exposición (35,9%) correspondió a una o varias empresas mineras en particular. Se hizo referencia a 20 empresas en total, de las cuales 1 se ubicó en un nivel de visibilidad *muy alta*, 3 se ubicaron en un nivel *medio* y 16 en niveles *bajo* y *muy bajo*.

Tabla 3 - Favorabilidad del sector vs. empresas

Exposición	Total		Positiva		Negativa	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sector en general	186	64,1	61	21,0	125	43,1
Empresas en particular	104	35,9	16	5,5	88	30,3
<b>Total</b>	<b>290</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>26,6</b>	<b>213,0</b>	<b>73,4</b>

Fuente: elaboración propia.

En el estudio se hizo evidente el impacto de la propaganda antiminera latinoamericana, que también se hace presente en Colombia. Casi tres cuartas partes de la exposición (73,4%) correspondieron a noticias en las que el tema minero fue valorado de manera *negativa*.

## Temas y favorabilidad mediática de la minería

Tabla 4 - Temas mediáticos y favorabilidad

Temas mediáticos	Totales		Positiva		Negativa	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Capacidad del negocio	166	57,2	64	83,1	102	47,9
<b>Responsabilidad social</b>	124	42,8	13	16,9	111	52,1
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>213</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

Los temas de *capacidad del negocio* contaron con mayor exposición (57,2%), aunque los de *responsabilidad social* también tuvieron una aparición muy relevante en la agenda mediática, con casi la mitad de la exposición. La valoración mayoritaria de ambas temáticas es la *negativa*.

Tabla 5 - Detalle de los temas mediáticos y su favorabilidad

Temas mediáticos		Totales		Positiva		Negativa	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Capacidad del negocio	Gestión de liderazgo y estrategia empresarial	106	36,6	34	44,2	72	33,8
	Gestión de resultados empresariales	25	8,6	13	16,9	12	5,6
	Gestión de RRHH y empleo	23	7,9	8	10,4	15	7,0
	Gestión de productos y servicios	3	1,0	3	3,9	0	0,0
	Gestión de innovación	6	2,1	6	7,8	0	0,0
Responsabilidad social	Gestión corporativa	10	3,4	1	1,3	9	4,2
	Gestión de RRHH	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Gestión medioambiental	80	27,6	4	5,2	76	35,7
	Compromiso social	30	10,3	4	5,2	26	12,2
	Compromiso ambiental	7	2,4	4	5,2	3	1,4
<b>Total</b>		<b>290</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>213</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia

Los temas de *capacidad del negocio* que más sobresalen tienen que ver con el liderazgo y la estrategia corporativa, los resultados empresariales y los recursos humanos. Entre los temas de *responsabilidad social* se destacan la gestión medioambiental y el compromiso social. Para ambos *frames* la valoración de la visibilidad fue mayoritariamente *negativa*.

## Conclusiones

El análisis de la muestra de investigación para esta ponencia es una prueba piloto para una tesis doctoral, encaminada hacia el estudio de cómo es la comunicación de la responsabilidad social de la minería en América Latina. A partir de los resultados

obtenidos se puede concluir que la minería en la agenda mediática colombiana tiene una visibilidad *muy alta* en los principales diarios nacionales, con un promedio de 58 apariciones por diario y una media de 48,3 noticias por semana (6,9 por día). Aunque con una alarmante favorabilidad *negativa* que se hizo visible en las tres cuartas partes de la muestra (73,4%). Esto está en línea con la propaganda antiminera presente en Latinoamérica, en el marco de los discursos geopolíticos, energéticos y de explotación de los recursos naturales, en los llamados países de la periferia.

Con el 35,9% de la exposición total, algunas empresas mineras también están siendo visibles para la opinión pública, aunque al igual que el sector, con una favorabilidad *negativa* preocupantemente alta del 30,3%. Se destaca la visibilidad de una de las carboneras más importantes del país con el 51,9% de la exposición y en su mayoría *negativa*. Las empresas con mayor visibilidad fueron las transnacionales del sector extractivo del carbón, con temáticas asociadas a los impactos económicos y sociales por eventos de contaminación del ambiente.

La visibilidad del tema minero en la agenda mediática *online* tiene más presencia en los diarios de información general. La mayor cobertura la aportó el diario antioqueño. La minería también está siendo visible en los diarios gratuitos y populares. En cuanto a los temas mediáticos, los relacionados con la *capacidad del negocio* primaron sobre los de *responsabilidad social*. La exposición de ambos tuvo una constante favorabilidad *negativa*.

Con el análisis de contenido realizado se pudo evidenciar que hoy la minería es uno de los temas más mencionados y destacados en la agenda mediática por su importancia estratégica para América Latina. También se hizo visible la mirada que tiene puesta el gobierno actual y que genera debate entre los líderes de opinión. Los acontecimientos destacados estuvieron generalmente asociados a crisis propias del sector o de algunas empresas en particular, siendo muy poco lo que se encontró de favorabilidad *positiva* de sus atributos.

Una investigación más amplia de la reputación en la agenda mediática puede representarles al sector y a las empresas mineras la posibilidad de ser comparados con los de otros estudios que se adelantan en el país, y la posibilidad de ser un insumo importante para establecer una estrategia integral de comunicación, de la cual carecen y a la que necesitan con urgencia para hacer frente a la percepción dicotómica que el tema tiene en la opinión pública y que les representa situaciones de riesgo permanente con sus diferentes públicos.

Finalmente y de acuerdo con la iniciativa del Banco Mundial por una minería moderna sostenible, resultaría estratégico evaluar la información que se está publicando en la agenda mediática sobre los temas de responsabilidad social y medioambiental para identificar en qué medida el tema sí está siendo percibido como una alternativa al desarrollo para el país.

## Referencias

1. Berger, P. L., y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores S. A.
2. Capriotti, P. (2009). De la imagen a la reputación. Análisis de similitudes y diferencias. *Razón y palabra*, (70), 1-10. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/Articulo%2013%20CAPRIOTTI%20Imagen%20y%20ReputacionR&P.pdf>.
3. Capriotti, P. (2012). Las Vegas en Los Monegros: Evaluating the mass media coverage of the social. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 305-320. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/39372/37918>.
4. Delgado, G. C. (2010). *La gran minería en América Latina, impactos e implicaciones*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <http://www.journals.unam.mx/index.php/ras/article/view/25663>.
5. Escobar, A., y Martínez, H. (2014). *El sector minero colombiano actual*. Unidad de Planeación Minero Energética-UPME. Recuperado de [http://www1.upme.gov.co/sites/default/files/forum\\_topic/3655/files/sector\\_minero\\_colombiano\\_actual\\_trayectoria\\_organizacion\\_industrial\\_distancia\\_frontera\\_tecnologica.pdf](http://www1.upme.gov.co/sites/default/files/forum_topic/3655/files/sector_minero_colombiano_actual_trayectoria_organizacion_industrial_distancia_frontera_tecnologica.pdf).
6. Fedesarrollo. (2012). *Impacto socioeconómico de la minería en Colombia*. Fedesarrollo-Centro de Investigación Económica y Social. Recuperado de [http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-socioecon%C3%B3mico-de-la-miner%C3%ADa-en-Colombia-Informe\\_Impacto\\_de\\_la\\_miner%C3%ADa\\_Final-26-abril.pdf](http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-socioecon%C3%B3mico-de-la-miner%C3%ADa-en-Colombia-Informe_Impacto_de_la_miner%C3%ADa_Final-26-abril.pdf).
7. Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos Editorial.
8. McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
9. McMahon, G. (2010). *The World Bank's Evolutionary Approach to Mining Sector Reform*. Washington, D.C.: The World Bank. *The World Bank Group*. Recuperado de <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/2010/10/13971848/world-banks-evolutionary-approach-mining-sector-reform#>.
10. Sádaba, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.

11. Suárez, A. (2012). El oro como *commodity* (producto básico), especulación financiera y minería a cielo abierto. En C. Toro, J. Fierro, S. Coronado y T. Roa. (Eds.). *Minería, territorio y conflicto en Colombia* (pp.137-150). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
12. Toro, C. (2012). Geopolítica energética: minería, territorio y resistencias sociales. En C. Toro, J. Fierro, S. Coronado y T. Roa.(Eds.). *Minería, territorio y conflicto en Colombia* (pp.17-34). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
13. UPME. (2006). Plan Nacional de Desarrollo Minero Visión 2019. *UPME-Unidad de Planeación Minero Energética*. Recuperado de [http://www1.upme.gov.co/sites/default/files/article/1770/files/PNDM\\_2019\\_Final.pdf](http://www1.upme.gov.co/sites/default/files/article/1770/files/PNDM_2019_Final.pdf).
14. Villafañe, J. (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Pirámide.
15. Villamil, J. (2013). *Consolidación de la gran minería transnacional en latinoamérica*. *Revista Theomai*, (25). Recuperado de <http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO%2025/6Villamil.pdf>.





# De un cierto indigenismo globalizado en la modernidad líquida

---

**Jean Paul Sarrazin**

Colombia

Universidad de Antioquia

Grupo Religión, Cultura y Sociedad

Correo electrónico: jpsarra@yahoo.com

## Resumen

---

Este texto presenta el análisis de un conjunto de representaciones positivas acerca de lo indígena en un sector de la población colombiana no indígena. Se argumenta que estas representaciones son la expresión local de un fenómeno relativamente reciente en la historia moderna que se ha difundido a escala global. Se concluye que este indigenismo en realidad construye una alteridad idealizada, que desconoce las realidades sociales indígenas y reproduce una visión y unos valores que corresponden a un sector hegemónico de la cultura latinoamericana.

**Palabras clave:** indigenismo, globalización, representaciones sociales, Modernidad, alteridad.

## Introducción y metodología

A continuación se presenta el análisis de un conjunto de discursos e imágenes relacionados con lo indígena, generados por un sector de la población colombiana no indígena. Las representaciones de lo indígena analizadas aquí provienen, por un lado, de distintas fuentes de información consumida entre 2004 y 2014 por residentes de Bogotá, e incluyen libros, prensa, televisión, Internet, conferencias o charlas informales relacionadas con lo indígena. La muestra de personas cuyas prácticas de consumo de información fueron analizadas se obtuvo, en principio, mediante la asistencia a rituales en los que se reúnen urbanitas alrededor de un tema o un grupo de personas indígenas. Se trata, por ejemplo, de las tomas de yagé<sup>1</sup> o de los temazcales, así como de conferencias de corte etnográfico o sobre el tema de la espiritualidad indígena. La asistencia a este tipo de eventos permitió el acercamiento a una población en la que los individuos, más que conformar un grupo compacto o con una organización centralizada, se vinculan esporádicamente y conforman redes de conocidos. Como investigador, al ingresar a estas redes, pude contactar a las personas, quienes me ponían en contacto con otros de sus conocidos. Es así como, durante dicho período, no solo se hicieron observaciones etnográficas del medio de vida y de las prácticas rituales de estas personas, sino que se realizaron entrevistas no directivas con más de cuarenta urbanitas, quienes manifestaron una valoración de lo indígena<sup>2</sup>. Estas representaciones positivas de lo indígena constituyen lo que consideramos una forma contemporánea de indigenismo, si se entiende como una ideología a favor de lo indígena.

La problemática que pretendemos abordar acá surge precisamente de la constatación de que un fenómeno aparentemente “localista” y tradicionalista, en el sentido en que pretende rescatar las culturas autóctonas y tradicionales, se desarrolla en realidad siguiendo lógicas ultramodernas y tendencias culturales globalizadas. Este planteamiento del problema surgió efectivamente luego de haber observado que existen imaginarios sobre lo étnico muy similares en distintas latitudes del globo y que diferentes formas culturales etiquetadas como “étnicas” son representadas como fuentes de sabiduría y bienestar para el individuo occidental. Todo ello, argumentaremos, implica un proceso de traducción y reinterpretación que, lejos de recuperar tradiciones perdidas, actualiza

- 1 Para una descripción detallada de estos rituales, ver Ronderos, 2002; Sarrazin, 2008; Uribe, 2002, 2008. El yagé o yagé —cuyo nombre científico es *Banisteriopsis Caapi*— es también conocido en Perú y otros países como ayahuasca.
- 2 Puesto que no se trata de una muestra suficientemente grande como para tener validez estadística, no pretendemos decir que la ideología acá descrita sea representativa de todo un sector de la población ni de una clase social, ni que sea propia de un grupo etario en particular.

esas tradiciones para construir una alteridad de acuerdo a ciertos criterios propios del pensamiento moderno.

Cuando hablamos de indigenistas nos referimos a sectores de la población que pueden ser considerados como occidentales u occidentalizados, que gozan de una condición económica favorable, poseen un capital cultural relativamente elevado (de educación superior), tienen acceso al mismo tipo de discursos e imágenes a través de los medios de comunicación globalizados y para los que estar a la vanguardia intelectual es admirar el pluralismo. Dicho de otro modo, estos individuos están conectados a una red globalizada de significantes con los cuales se construyen en parte sus representaciones de la alteridad.

De manera muy sintética, el objetivo de la investigación que dio origen al presente texto fue el de esclarecer cuáles son las condiciones socioculturales a nivel global que permitieron el reciente nacimiento de un indigenismo en Colombia, lo cual se realizará mediante el análisis de los conceptos centrales que conforman aquella ideología global.

## La hora del cambio

El indigenismo contemporáneo llama particularmente la atención, pues hasta hace solo unas décadas, y como herencia del pensamiento colonial, los indígenas eran descritos como salvajes o como individuos de una raza inferior, seres que había que cristianizar, civilizar y educar (Pineda, 2002). Así, del “indio atrasado” pasamos al “indígena”, cuya “cultura milenaria” es digna de respeto y cuya sabiduría es importante rescatar. Se trata, parafraseando las palabras del entonces presidente de la república, de un reconocimiento oficial e institucional al hecho de que las culturas indígenas deben ser respetadas y sus saberes deben ser tenidos en cuenta (Gaviria, 1993).

No podemos ignorar que estos comienzos de pensamiento indigenista entre las élites políticas e intelectuales del país se presentan en un momento en que Estados Unidos tiene mayor influencia en la región (Gros, 2003), las políticas neoliberales se consolidan a través de la influencia de organizaciones transnacionales, como el Banco Mundial (Domenech, 2007), y las instituciones de la ONU tienen cada vez más presencia en el país, particularmente a través de la UNESCO. Es paradójico que “los discursos contra la homogeneización cultural a nivel mundial y a favor de la diversidad local sean

ante todo un producto de la cultura globalizada”<sup>3</sup> (Wood, 1998, p.224). La UNESCO dice querer preservar la diversidad cultural (una *cierta* diversidad cultural únicamente), para lo cual enaltece —como lo hacen nuestros indigenistas conectados con esos valores “universales”— las sabidurías y las espiritualidades nativas<sup>4</sup>.

Este marco institucional —nacional y supranacional— que acabamos de esbozar influye en el pensamiento de la población nacional a través de distintos medios, como las campañas publicitarias, las directrices para las instituciones educativas (desde la educación primaria hasta la universitaria), las acciones de los ministerios (por ejemplo en la aplicación del enfoque diferencial) y los programas de múltiples ONG que dicen trabajar por los indígenas.

## La espiritualidad: uno de los conceptos centrales del indigenismo

Como resultado del análisis de los discursos presentes en los medios de información consumidos por los sujetos, así como de lo que estas personas manifestaron en entrevistas, se hizo evidente que conceptos como *espiritualidad indígena*, *rituales* o *chamán* son fundamentales para entender la valoración de lo indígena en el país<sup>5</sup>. Por ejemplo, en la prensa o en la televisión, una buena parte de las noticias sobre los indígenas hace referencia a sus creencias y rituales, y muchos de los personajes que suelen protagonizar esas noticias son presentados como chamanes o autoridades espirituales. Por demás, la referencia a la “espiritualidad indígena” ha sido particularmente frecuente en los últimos años y se observa, por ejemplo, en las recientes disposiciones museográficas (notablemente en el Museo del Oro y el Museo Nacional en Bogotá) o incluso como estrategia publicitaria para la venta de artesanías, así como para la promoción de paquetes turísticos (Sarrazin, 2011). Esto mismo se observa en la publicidad turística que se difunde en países del norte como Francia o Estados Unidos. Por ejemplo, un creciente número de turistas europeos viene a América Latina buscando experiencias

3 La traducción es nuestra.

4 Si algunos individuos u organizaciones indígenas de Colombia y otros países recientemente se han apropiado de una parte de ese lenguaje globalizado, ello se relaciona frecuentemente con estrategias para obtener reconocimiento y beneficios en el contexto de sus relaciones desiguales con la sociedad dominante y con el Estado. A las organizaciones indígenas, como ya se explicó, no las estudiaremos, debido a que muy pocos de los indigenistas a los que nos referimos acá tienen contacto con ellas.

5 Para una crítica del concepto de espiritualidad indígena como construcción de la población no indígena ver Sarrazin (2012).

chamánicas, pero no debido al contacto con las comunidades indígenas que quieren visitar, sino a la información que han recibido sobre el chamanismo a través de los medios. Este fenómeno está relacionado también con el sorprendente aumento de las prácticas chamánicas en Europa (Minkjan, 2008), donde ciudadanos con un capital cultural y económico elevado acuden a chamanes de origen americano con el fin de encontrar respuestas a sus inquietudes existenciales.

Para aquellos que desean vivir en carne propia los rituales chamánicos uno de los ejemplos más conocidos lo constituyen las tomas de yagé. No es casualidad que entre estos primeros no-indígenas interesados en las tomas de yagé se cuenten algunos europeos o norteamericanos. Desde sus orígenes, las tomas (nombre que usamos para referirnos a este fenómeno al que asisten ciudadanos no indígenas) son valoradas por personas con una formación occidental y son objeto de reinterpretaciones marcadas por tendencias culturales globalizadas y originarias del Norte global, lo cual permite, como explicaremos más adelante, que los rituales sean cubiertos de significados místicos y espirituales o que sean vistos como la ocasión de aprender para generar un “cambio interior” o una “evolución espiritual”.

La mayor parte de las representaciones del chamanismo no procede de lo que los indígenas dicen, sino de toda la información globalizada que consumen los indigenistas. Son estas tendencias culturales las que proveen las grillas interpretativas para que una toma de yagé sea considerada como una sesión de psicoanálisis, o para que sus resultados se consideren similares a los de la meditación. Igualmente, son esas grillas interpretativas las que permiten valorizar diferentes alteridades étnicas en el mundo, representándolas como fuentes de saberes espirituales o ecológicos.

## **El indígena genérico e hiperreal**

Otra serie de resultados que arrojó esta investigación, fruto tanto del análisis de discursos como de las observaciones etnográficas, muestra que, más allá de unas raras y puntuales experiencias exotizadas, las personas estudiadas tienen un contacto muy distante y restringido con individuos indígenas, y es prácticamente inexistente el contacto con comunidades de estas minorías étnicas. Esto refleja también una realidad presente en otros lugares del mundo occidental u occidentalizado: “los discursos de

apertura cosmopolita no provienen de personas integradas socialmente a la diversidad que promueven”<sup>6</sup> (Friedman 2003, p.751).

Las entrevistas y observaciones etnográficas también evidencian que los discursos comúnmente hablan de “lo indígena en general”. Adicionalmente se presenta la construcción de un indígena “hiperreal” (Ramos, 1998): una imagen del indígena construida principalmente a través de los medios de comunicación, considerada por el televidente como más real que los indígenas de carne y hueso; una cultura indígena idealizada separada de las realidades sociales indígenas.

A pesar de que se recurre a una racionalidad de superación individualista y se utilizan conceptos ultramodernos como *empoderamiento* o *sinergias*, o expresiones en inglés como *coach*, *yoga village* o *mindfulness*, en estos medios se evoca constantemente el origen indígena de la supuesta sabiduría impartida (la cuestión de la identificación como indígena-tradicional es clave).

Muchos elementos de los discursos indigenistas provienen de una producción cultural norteamericana y europea, por ejemplo de Carlos Castaneda (1996), pero también de otros, como George Gurdjieff, Allan Kardec, Deepak Chopra o Eckhart Tolle. Aunque estos últimos no puedan ser catalogados como indigenistas ni hablen en términos positivos de los indígenas de Colombia, sí han contribuido con espiritualización de la alteridad, sea indígena (en el caso de Carlos Castaneda) u oriental, proporcionando así marcos interpretativos de la alteridad indígena en Colombia.

A propósito del orientalismo, existe en efecto una vasta literatura sobre la espiritualidad oriental, conocida por los indigenistas. Aunque esta literatura hable por ejemplo de la “cultura hindú” o de la “religión budista”, prácticamente todo ha sido redactado en el Norte, y originalmente en inglés. Una forma contemporánea y local de ese orientalismo se manifiesta actualmente también en América Latina. Existen ciertas correspondencias entre el orientalismo de los europeos (Lenoir, 2000) o el de los norteamericanos (López, 2003) y el indigenismo de los latinoamericanos. En todos los casos se trata de la imaginación de un otro invariable, genérico y simplificado, sobre el que se proyectan imágenes positivas.

La combinación de orientalismo e indigenismo que existe en el país hace que las personas “descubran” sabidurías indígenas reinterpretadas en parte a través de

---

6 La traducción es nuestra.

conceptos que provienen de aquella literatura orientalista. Pero la combinación se manifiesta también a través de prácticas; así, por ejemplo, encuentros indigenistas como los de Raíces del Sur se realizan muchas veces en lugares orientalistas (con una mejor infraestructura y más antiguos), como es el caso de la Eco Aldea - Yoga Village, ubicada en las afueras de la capital colombiana.

Tanto lo oriental como lo indígena se consideran formas de conocimiento útiles para la transformación interior y para encontrar alternativas acordes con los ideales y las necesidades del yo moderno: calmar su estrés, evolucionar espiritualmente, aumentar su bienestar físico y mental. Las personas que asisten a eventos o rituales o que consumen información relacionada con lo indígena argumentan: “estoy buscando energías positivas”; “busco algo alternativo”; “es importante pensar diferente a la cultura capitalista”; “pienso que gracias a los rituales uno puede reemplazar un psicoanálisis que dura demasiado tiempo”.

Todos estos discursos y prácticas relacionados con la valoración positiva de las culturas indígenas van acompañados de críticas explícitas contra “nuestra cultura”, “Occidente”, “la modernidad” o su “progreso”, el cual estaría destruyendo los saberes ancestrales, así como destruye los recursos naturales y no presenta formas de “vida sana”. Se busca en la alteridad étnica la contraparte de las características “destructoras”, “materialistas” o “deshumanizantes” de la cultura moderna. El indigenismo local, en efecto, utiliza un buen número de ese tipo de ideas, que estaban ya presentes en movimientos nacidos en el Norte global, como la “contracultura” y el “new age”<sup>7</sup>. De manera concomitante a lo que hemos observado en este país, Kaufmann (2004) muestra que los discursos próétnicos de las élites intelectuales de diversos países en el mundo occidentalizado suelen ser legitimados igualmente a través de la idea de una “crisis de la modernidad”.

## Conclusiones

Esta investigación demuestra que una manera particular de representar las culturas, las religiones o los mitos indígenas permite que las formas culturales más diversas y lejanas entre sí sean consideradas actualmente como portadoras de mensajes

7 Sobre las relaciones específicas y complejas que existen entre el indigenismo actual y lo que —no sin controversia— podemos llamar el new age en Colombia, ver Sarrazin (2012).

profundos y valores morales que la sociedad moderna debería seguir. El concepto de *espiritualidad indígena* es muy importante en la construcción de un indígena genérico e idealizado. Esta espiritualización, aunque aparentemente cumpla con una noble causa, es una forma contemporánea de *conversión* de la diferencia en términos atractivos para el consumidor “culto” de la era global: ese yo que constantemente busca (y consume) *diferentes* elementos que le permiten realizarse, evolucionar o sentirse mejor.

Aunque se llegue al aparentemente noble resultado de dar una imagen positiva a grupos marginalizados y agredidos históricamente, cabe notar la arrogancia detrás de la suposición de que se puede comprender el sistema de pensamiento de otras sociedades en unos cuantos días o meses y a través de unos cuantos conceptos propios (aunque sean muy positivos y generosos, como *espiritualidad, conciencia cósmica, mindfulness, armonía con la naturaleza, madre tierra*, etc.). Por demás, es importante saber que esas ideas que se están usando para representar lo indígena no solo no vienen del contacto con la realidad social indígena, sino que muchas de ellas proceden principalmente del Norte global. Las ideas y los valores de los indigenistas, aunque sean llamados “alternativos” y ciertamente no sean los más comunes, porque no son compartidos por las “masas” o los sectores populares, la verdad es que tampoco son ni marginales ni periféricos dentro de la modernidad occidental tardía.

## Referencias

1. Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
2. Bellier, I. (2006). Identité globalisée et droits collectifs: Les enjeux des peuples autochtones dans la constellation onusienne. *Autrepart*, 38, 99-118.
3. Castaneda, C. (1996). *Las enseñanzas de Don Juan. Una forma yaqui de conocimiento*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
4. Comaroff, J., y Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc*. Chicago: University of Chicago Press.
5. Domenech, E. (2007). El Banco Mundial en el país de la desigualdad: Políticas y discursos neoliberales sobre diversidad cultural y educación en América Latina. En A. Grimson. (Comp.). *Cultura y neoliberalismo* (pp.61-89). Buenos Aires: Clacso.
6. Friedman, J. (2003). Globalizing Languages: Ideologies and Realities of the Contemporary Global System. *American Anthropologist*, 105(4), 744-752.
7. Gaviria, C. (1993). La búsqueda de la armonía perdida. En B. Villegas. (Ed.). *Indios de Colombia. Momentos vividos, momentos concebidos*. Bogotá: Villegas Editores.



8. Geertz, A. (1994). *The invention of prophecy*. Berkeley: University of California Press.
9. Gros, C. (2000). *Políticas de la etnicidad: identidad, Estado y modernidad*. Bogotá: ICANH.
10. Gros, C. (2003). Demandes ethniques et politiques publiques en Amérique Latine. *Problèmes d'Amérique Latine: politiques et paradoxes de l'ethnicité*, 48, 11-29.
11. Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
12. Haley, B. D, y Wilcoxon, L. R. (2005). How Spaniards became Chumash and other tales of ethnogenesis. *American Anthropologist*, 107(3), 432-445.
13. James, A. J., y Jiménez, A. D. (Eds.) (2004). *El chamanismo: el otro hombre, la otra selva, el otro mundo. Entrevistas a especialistas sobre magia y la filosofía amerindia*. Bogotá: ICANH.
14. Kaufmann, E. (2004). Dominant ethnicity: from background to foreground. En E. Kaufmann. (Ed.). *Rethinking Ethnicity*. London: Routledge.
15. Lenoir, F. (2000). Les spiritualités orientales en Occident. En F. Lenoir e Y. Tardan-Masquelier. (Dirs.). *Encyclopédie des religions*. Paris : Bayard.
16. López, D. (2003). *Fascination tibétaine*. Paris: Autrement.
17. Minkjan, H. (2008). Seeking Guidance from the Spirits: Neo-Shamanic Divination Rituals in Modern Dutch Society. *Social Compass*, 55(1), 54-65.
18. Montaigne, M. d. (1992). *Les essais. Livre I*. Paris: Presses Universitaires de France.
19. Pineda, R. (2002). Estado y pueblos indígenas en el siglo xx. La política indigenista entre 1886 y 1991. *Revista Credencial Historia*, 146. Recuperado de <http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2002/estado.htm>.
20. Pons, C. (2004). Mediums d'Islande. Globalisation des bien spirituels et routinisation religieuse. *Journal des Anthropologues*, 98, 55-75.
21. Ramos, A. (1998). *Indigenism. Ethnic politics in Brazil*. Madison: University of Wisconsin Press.
22. Ramos, A. (2012). Indigenismo, un orientalismo americano. *Desacatos*, 39, 161-184.
23. Rappaport, J. (2008). *Utopías interculturales. Intelectuales públicos, experimentos con la cultura y pluralismo étnico en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
24. Reichel-Dolmatoff, G. (1993). *Indios de Colombia. Momentos vividos, momentos concebidos*. Bogotá: Villegas Editores.
25. Sahlins, M. (1997). O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção. (Parte II). *Mana*, 3(2), 103-150.
26. Said, E. W. (1990). *Orientalismo*. Barcelona: Libertarias.
27. Sarrazin, J. P. (2008). El chamanismo es un camino. Las culturas indígenas como fuentes de sabiduría espiritual en Bogotá. En A. Aguilar et al. (Eds.). *Raíces en movimiento. Prácticas*

- religiosas tradicionales en contextos translocales* (pp.329-362). Guadalajara: El Colegio de Jalisco/CIESAS.
28. Sarrazin, J. P. (2011). *Du marxisme au chamanisme. Naissance d'un indigénisme local à l'heure globale*. Sarrebruck: Éditions Universitaires Européennes.
  29. Sarrazin, J. P. (2012). New age en Colombia y la búsqueda de la espiritualidad indígena. *Revista Colombiana de Antropología*, 48(2), 139-162.
  30. Uribe, C. A. (2002). El yajé como sistema emergente: discusiones y controversias. *Documento del CESO*, (33). Bogotá: Ediciones Uniandes.
  31. Uribe, C. A. (2008). El yajé, el purgatorio y la farándula. *Antípoda*, 6, 113-131.
  32. Wood, R. (1998). Touristic Ethnicity: a brief itinerary. *Ethnic and Racial Studies*, 21(2), 218-241.

# La crítica nostálgica al hiperconsumismo contemporáneo

---

## Juan F. Mejía-Giraldo

Coordinador del Campus Creativo de la Facultad de Publicidad  
de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín

Grupo de Investigación Epilión

Miembro de la Red Latinoamericana de Investigadores en Publicidad, RELAIP

## Resumen

---

El consumo, desde una mirada conductista, comúnmente ha sido asociado al proceso de satisfacción de necesidades mediante el cual se logra establecer el vínculo entre la oferta y la demanda, noción que ha sido desvirtuada desde un enfoque simbólico que permite entender el consumo como un conjunto de procesos socio-culturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos y servicios. Además, en el último tiempo se ha podido evidenciar una posición más activa de los consumidores frente al consumo mismo, que algunos autores han ligado a posturas “ciudadanas” de participación y apropiación social, teniendo presente que el consumo es un modo de relación cultural. Esta posición es asumida por estos mismos autores con mucho optimismo ante la colonización del consumo de todas las esferas de la vida humana actual.

En ese sentido, el presente trabajo pretende discutir, a partir de una revisión bibliográfica interdisciplinaria fundamentada en el paradigma de la economía civil, la relación simbólica que se presenta en los procesos de consumo contemporáneos y que va más allá del cuestionamiento tradicional acerca de la creación de necesidades y de la distinción entre estas y los deseos, a partir de lo que diversos autores han llamado mundo consumo. Dicha relación simbólica trasciende el proceso de satisfacción de

necesidades y se sitúa en la articulación de productos y servicios con estilos de vida basados en propósitos individuales, buscando establecer relaciones más allá de las de intercambio de valor entre organizaciones y personas.

**Palabras clave:** necesidades, deseos, carencia, objetos, valor.

## Introducción

Es evidente que el consumo es un fenómeno social que genera, además de interés, mucha división y polémica, tanto social como teórica. Este ha trascendido de su rudimentaria esencia de respuesta biológica a una carencia somática, a un modo de relación cultural que determina en gran medida el contacto del hombre consigo mismo, con su entorno y con otros seres, no solo humanos.

El impacto del consumo, legado de la era industrial-capitalista, se erige como nefasto y desproporcionado, además de superficial e injusto. Los grandes apogeos económicos que propician un consumo desbordado y abundante son compensados por recesiones y crisis económicas, que aumentan la brecha entre ricos y pobres y afectan a la contemporánea clase media.

De igual forma, es evidente cómo los consumidores ven muchas veces sus intereses como opuestos a los de las empresas productoras, y cómo los resultados económicos de estas parecen ser inversamente proporcionales al impacto social que generan, situación que pone a unos y otros como pares dialécticos; se trata de una relación similar, guardando las proporciones como lo señala Adela Cortina (2002), a la expuesta por Marx entre capitalistas y proletarios.

Lo interesante del tema es que el análisis del consumo desde la óptica del consumidor es relativamente reciente y a veces ambiguo. Las teorías económicas tradicionalmente han estudiado las causas de este fenómeno desde la producción, asumiendo el proceso del consumo como un fin en sí mismo, que busca generar ganancias para las iniciativas privadas (egoístas), al mismo tiempo que generan bienestar, mejorando la calidad de vida de las personas.

El consumidor es asumido aquí como un ser que padece el consumo o que por lo menos no tiene el protagonismo, casi como un “salvaje” que gracias al consumo se “civiliza”, pero que al tiempo que parece mejorar sus condiciones de vida, sacrifica su libertad y es condicionado por un montón de objetos que antes no necesitaba para vivir y sin los cuales hoy no podría hacerlo.

En este camino, el ser humano se ha venido alejando cada vez más de sus orígenes biológicos y adapta su mundo a sus intereses, sin pensar con mucha frecuencia en las consecuencias que esto genera. En este escenario, el consumo en abstracto se presenta ante la sociedad como un culpable con impactos concretos, desdeñado por la modernidad racional e ilustrada, que, sin embargo, también inspiró la libertad competitiva en lo económico.

Podemos simpatizar o no con la artificialidad cultural del hombre (eso que otros han llamado civilización), su paulatino, constante e imparable alejamiento de la realidad física y biológica. El asunto, más allá del juicio personal, es que el hombre como animal simbólico construye una realidad que trasciende lo que puede ser llamado *racional*. Por tal motivo, una moralidad de las necesidades humanas (qué es lo necesario y qué no lo es) y por ende del consumo, desde una lógica puramente “racional”, no puede dar cuenta de este juicio simbólico. La crítica a la artificialidad de las necesidades contemporáneas y a sus objetos o satisfactores es una crítica a la experiencia humana y a todo lo que nos hace humanos.

En este punto es donde parece centrarse la discusión, ya que se ha hecho evidente, a raíz del aporte de las ciencias y disciplinas sociales, que más que fijar el análisis del consumo en el valor de uso y de cambio de los productos y servicios, es clave entender dicho intercambio desde el valor simbólico de estos y desde el fenómeno del individualismo, que afecta la definición de un nivel de bienestar deseado y por ende alcanzable en algún momento.

## Metodología

Para dar cuenta de esta situación, se abordó el tema a partir de una revisión bibliográfica de referentes sobre la llamada economía civil, con el apoyo interdisciplinar de otras ciencias sociales. Según Frigero (2003) el estudio de las transformaciones de los sistemas sociales implica una reflexión en la que la ética es indispensable para percibir la

variedad de los comportamientos de las personas. “Estas contribuciones generalmente son recuperadas en los estudios de antropología y psicología, pero no pueden ser ignoradas por el economista. Las ciencias sociales deberían aspirar a la interdisciplinariedad porque tratan fenómenos de los que son protagonistas personas” (p.81).

De igual forma, se consultaron estudios recientes sobre el tema, que si bien no es nuevo (los conceptos de consumo y necesidad llevan varios años siendo analizados), sí ha cobrado mayor relevancia en cuanto a sus impactos sociales y a ciertas transformaciones relacionadas con prácticas de consumo “alternativo”.

En ese sentido, se rastrearon las categorías de consumo, necesidades, deseos y carencias, objetos y valor, e individualismo y relacionamiento, con el fin de dar cuenta de este fenómeno desde una perspectiva más teórica que empírica.

Es oportuno anotar que este rastreo hace parte de la elaboración de un estado del arte sobre el consumo y su relación con la generación de ingresos y de bienestar, el cual se enmarca en un proyecto de grado doctoral en Ciencias Sociales que actualmente el autor se encuentra desarrollando.

## Discusión

---

### El deseo de definir lo necesario

Es común leer la crítica que plantea que el consumo, buscando aumentar la ganancia, crea nuevas necesidades, con el fin de que las personas compren nuevos productos y servicios que antes “no necesitaban”. Byung-Chul Han (2014) plantea al respecto:

El capitalismo del consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades. El *emotional design* modela emociones, configura modelos emocionales para maximizar el consumo. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente, las emociones, en cambio, sí. Las emociones se despliegan más allá del valor de uso. Así se abre un nuevo campo de consumo de carácter infinito. (p.72)

Detrás de esta crítica, válida en su fondo, se esconde un problema semántico: la distinción entre necesidades y deseos y el olvido de un concepto clave como es el de carencia. El concepto de necesidad se ha abordado como un elemento fundamental del proceso de consumo, estableciendo que su satisfacción es la que lo motiva. De igual forma, los análisis sobre este concepto habitualmente lo relacionan con el de deseo, y en algunos casos con el de carencia, asumiendo casi siempre el deseo como algo “emocional”, “superfluo” y “no necesario”, y la carencia, en pocos casos, como una condición previa al surgimiento de la necesidad, y la mayoría de las veces como sinónimo de la misma.

Sobre la distinción entre necesidad y deseo, Gregorio Rodríguez (2002) afirma que los deseos de los individuos se satisfacen bajo la forma de mercancías, siendo el objetivo final el logro del beneficio capitalista, mientras que las necesidades sociales pueden llegar a materializarse en forma de derechos sociales subjetivos, amparados en el Estado. Cortina (2002) plantea lo siguiente sobre esto:

un deseo nunca se crea partiendo de la nada, sino como mínimo haciendo pie en alguna necesidad o en algún deseo real de la persona. Elegimos siempre algo que nos parece bueno porque viene a satisfacer alguna necesidad o algún deseo, y la sagacidad del *marketing* consiste en averiguar con qué necesidad o con qué deseo conviene sintonizar para provocar otros nuevos. (p.103)

Bauman (2013) indica que el consumismo de hoy no tiene como fin suplir necesidades sino deseos, entendidos por este autor como “un motivo autogenerado y autoimpulsado que no requiere justificación ni causa” y que a pesar de sus diversas materializaciones se tiene a sí mismo como objeto constante, por lo cual “está condenado a seguir siendo insaciable por más largo que sea el tendal de otros objetos (físicos o psíquicos) que haya dejado a su paso” (p.80). De igual forma, Cortina (2002) indica que lo que caracteriza a los deseos no es que sean falsos, sino que son infinitos.

A pesar de que esta evolución en las definiciones parece dar cuenta de una distinción conceptual entre la necesidad y el deseo, todavía se percibe en ellas una noción que busca equiparar estos dos conceptos (distinción que se ha basado, casi siempre, en lo necesario y en lo superfluo), entendiendo a la necesidad desde un origen biológico y al deseo desde un origen psicológico. A su vez plantean que para las necesidades es más simple establecer un límite de satisfacción, mientras que los deseos son infinitos, como si estos pudieran ser creados en reemplazo de necesidades limitadas.

Sin embargo, estas aproximaciones al tema no permiten identificar que tanto las necesidades biológicas como las sociales son necesidades humanas, con carga simbólica, claro está, por lo cual la distinción jerárquica de las mismas, aunque bien intencionada desde lo práctico (cubrir mínimos vitales de existencia), genera grandes problemas teóricos y conceptuales; además olvida que los deseos no se pueden equiparar con las necesidades, no porque sean superfluos (como bien lo precisa Cortina), sino porque son satisfactores de estas, consecuencia de ellas, y por esto mismo es que pueden ser infinitos.

Jorge David Fernández (2005) resume esta distinción de la siguiente forma: “La necesidad implica un estado de tensión, carencia y desequilibrio en el individuo, por lo que aparecerá el motivo si dicha necesidad no se cubre y a su vez esta motivación provocará el deseo de compra” (p.113). A su vez, Vidal Díaz (1997) indica que

el descubrimiento de la necesidad hace aparecer en el individuo un estado de carencia que, concretado en el deseo de un objeto determinado, le conduce a la intención de adquirirlo. Este *descubrimiento de la necesidad* surge por la percepción —generalmente determinada por situaciones sociales— de una diferencia entre el estado ideal y el estado actual o real. (p.36)

Max-Neef *et al.* (1986) indican sobre este asunto que el típico error que comete el análisis “acerca de las necesidades humanas es que no explica la diferencia fundamental entre lo que son propiamente necesidades y lo que son satisfactores de esas necesidades” (p.26). Según estos autores la cultura determina no las necesidades fundamentales, sino los satisfactores de esas necesidades.

Los satisfactores no son los bienes económicos disponibles sino que están referidos a todo aquello que, por representar formas de ser, tener, hacer y estar, contribuye a la realización de necesidades humanas (...) Pueden incluir, entre otras, formas de organización, estructuras políticas, prácticas sociales, condiciones subjetivas, valores y normas, espacios, contextos, comportamientos y actitudes; todas en una tensión permanente entre consolidación y cambio. (p.35)

De igual forma, precisan los autores, “mientras un satisfactor es en sentido último el modo por el cual se expresa una necesidad, los bienes son en sentido estricto el medio por el cual el sujeto potencia los satisfactores para vivir sus necesidades” (p.35).



Estas precisiones conceptuales obligan a ajustar discursos como los planteados por Bauman (2010), que indican que para mantener la insatisfacción como estrategia para el aumento de consumo, se debe “satisfacer toda necesidad/deseo/carencia de tal forma que resulte inevitable que dé pie a nuevas necesidades/deseos/carencias” (p.243), con el fin no solo de precisar la diferencia entre estos tres conceptos, sino de que esto permita establecer la imposibilidad práctica de crear necesidades y determinar que los deseos no son “necesidades innecesarias”, ya que al emplear estos tres términos como si fueran lo mismo, sinónimos de una misma realidad, se pierde de vista que cada uno (en el orden: carencia-necesidad-deseo) es consecuencia del anterior y por esta razón no se pueden crear nuevas carencias, solo es posible, por medio de estímulos, suscitarlas, con el fin de que las necesidades que están latentes surjan para que busquen un deseo que les permita suplirlas, al menos por un instante mientras la carencia se disipa.

Es por esto que, aunque el asunto se haya centrado en las necesidades y los deseos, la carencia ha sido el factor clave olvidado en este análisis, ya que ninguna necesidad (latente siempre) emergerá en el sujeto si no existe el suficiente nivel de carencia para que este se motive a suplirla con un satisfactor concreto (potenciado o no con un producto o servicio). Es claro que la publicidad como herramienta de *marketing* estimula la emergencia de las necesidades para conducir su satisfacción a bienes ofertados, pero es igualmente claro que si el sujeto no siente una real carencia dicho objeto no será relevante en ese momento. Es por eso que la publicidad busca, más que vender, posicionar marcas, para que cuando se presente el suficiente nivel de carencia en el sujeto, que haga que una necesidad emerja de su interior, este busque suplirla con el producto o servicio que la marca representa a partir de una promesa de valor simbólica.

## Conclusiones

---

Es importante precisar que las carencias del ser humano no son solo fisiológicas. Es evidente que este tiene carencias sociales que se materializan en necesidades y que el *marketing* busca asociar con ciertos bienes. Un caso concreto es la necesidad de seguridad (Maslow, 1954) o de protección (Max-Neef *et al.*, 1986), que se ha vuelto prioritaria para los que poseen y para los desposeídos. Asociados a esta necesidad (estimulada por los políticos) existen desde aparatos de defensa personal hasta modernos equipos electrónicos de vigilancia, muchos de los cuales habrían sido poco exitosos

en el pasado, cuando la gente se “sentía más segura”. Es claro que todos estos bienes que satisfacen la necesidad de estar seguros o protegidos ante agresiones y otros delitos no existirían si las personas no sintieran carencia de seguridad y protección. Aunque esta necesidad siempre esté latente en el ser humano, su intensidad en cuanto al nivel de carencia propicia la búsqueda de una satisfacción con innumerables productos y servicios que se promocionan como deseos idóneos para procurar seguridad o protección. En ese sentido, valdría la pena preguntarse si es solo el mercado el que conspira para estimular estos estados de carencia (sensación de inseguridad a pesar de los indicadores altos de seguridad) o si la misma sociedad actual es la que los propicia, siendo claramente aprovechados como oportunidades de mercado por las organizaciones para la oferta de bienes.

Baudrillard (2010) argumenta que “el proyecto mismo de vivir, fragmentado, decepcionado, significado, se reanuda y se aniquila en los objetos sucesivos. ‘Moderar’ el consumo o pretender establecer una red de necesidades capaz de normalizarlo es propio de un moralismo ingenuo o absurdo” (p.229). Por tanto, el mercado no crea necesidades, sino que presenta nuevos objetos de deseo (que potencian satisfactores), cargados de nuevas promesas de valor simbólicas, que hacen obsoletos, ante la despreocupada vista de los consumidores, a otros objetos que tienen el mismo valor de uso.

La publicidad opera, con apoyo de otras instancias sociales, haciendo evidentes niveles de carencia de los que los consumidores muchas veces no son conscientes (según su estándar de bienestar). Si la estimulación es adecuada, la necesidad latente emergerá como consecuencia del estímulo externo (publicitario) y su real presencia interna. A la par, la publicidad presenta a los consumidores productos y servicios (potenciadores de satisfactores) que buscan convertirse en objetos de deseo, más que por su valor de uso, por su valor simbólico y claramente emocional, asociado a ciertos estilos de vida.

Esta relación se presenta con naturalidad en el modelo publicitario conocido con las siglas AIDA (Awareness-conciencia-, Interés, Deseo y Acción), en el cual el bienestar se define con base en criterios culturales, y da pie al proceso *Carencia-Necesidad-Deseo* (valor de uso-racional/promesa de valor de marca simbólico-emocional). En este proceso se evidencia la carencia (conciencia), la necesidad latente emerge y se presenta el deseo idóneo para su satisfacción, revestido por una identidad y una personalidad distintiva (marca) a través de su promesa de valor.

Este modelo solo logrará estimular el consumo si realmente logra estimular la carencia (puesto que la sociedad en general juega un rol fundamental en dicha estimulación) y validar un producto/servicio como un potenciador de satisfacción para una necesidad latente que emerge por dicho estímulo. Es por eso que no en todas las personas surgen con la misma intensidad las mismas necesidades y no todos las suplen con los mismos productos/servicios; de este modo, el poder persuasivo de la publicidad recae en el establecimiento de relaciones simbólicas a partir de factores de bienestar cultural, poder que es entonces relativo.

Por esta razón, según Lipovetsky (2007),

cuanto más exacta es la idea de que hay un creciente poder del *marketing*, más hay que rechazar la de que se trata de un poder de tipo “totalitario”. Si bien la iniciativa pertenece por la fuerza de las cosas a la oferta —no se puede elegir más de lo que existe—, no por eso debe llegarse a la conclusión de que el consumidor es una marioneta fabricada por piezas por los expertos en comunicación. Comparar al hiperconsumidor con un individuo “hipnotizado”, pasivo, maleable a voluntad, es un craso error. (pp.168-169)

Los deseos que el mercado ofrece para el consumo deben ser concebidos como potenciadores de satisfactores de necesidades humanas, objetos que son promocionados como mejores que sus predecesores en esta tarea de procurar satisfacción, más que por su efectividad en cuanto a su valor de uso, por su representatividad simbólica.

## Referencias

1. Baudrillard, J. (2010). *El sistema de los objetos*. México D.F.: Siglo Veintiuno Editores.
2. Bauman, Z. (2010). *Mundo consumo*. Barcelona: Paidós.
3. Bauman, Z. (2013). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
4. Chul Han, B. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
5. Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid: Taurus.
6. Díaz, V. (1997). La compra de símbolos sociales frente al consumo de objetos. *Papers*, 51, 35-57.

7. Fernández, J. (2005). Algunas reflexiones en torno al problema de la creación de necesidades en publicidad y *marketing*. *Comunicación*, 39, 101-124.
8. Frigero, P. (2003). Ética, economía y evolución de los sistemas sociales – juzgar, participar, vivir la historia de los hombres. En L. Bruni y S. Zamagni. (Comp.). *Persona y comunión. Por una refundación del discurso económico*. Buenos Aires: Ciudad Nueva.
9. Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
10. Maslow, A. (1954). *Motivación y personalidad*. Barcelona: Sagitario.
11. Max-Neef, M., Elizalde, A., y Hopenhayn, M. (1986). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Santiago de Chile: Development Dialogue.
12. Rodríguez, G. (2002). Economía política de la sociedad de consumo y el Estado de bienestar. *Política y Sociedad*, 39(1), 7-25.

# Una mirada sobre el adulto mayor en DC Comics y Calvin & Hobbes

**Sandra Leal Larrarte**  
**Lilia Inés López**  
**Paola Rodríguez**

Universidad del Quindío  
Colombia

Grupo de investigación: Semióticas de Ficción

## Resumen

Los adultos mayores representan el 13% de la población mundial. Es la población de más rápido crecimiento, pero también la que más beneficios ha perdido en la medida en que la sociedad ahonda en su apego a lo nuevo y lo joven. Los medios de comunicación, como creadores de comunidades imaginadas (Anderson, 1993), configuran sentimientos sociales compartidos entre consumidores y productores de medios. Así, el cómic presenta fábulas que responden a las realidades lingüísticas y gráficas que el autor organiza (Zavala, 2014) con el fin de comunicar no solo un mensaje sino una ideología. La mirada que representan del adulto mayor proviene de un grupo de personas (emisores) inmersas en un medio que ya los ha provisto de una lectura del mundo, y se dirigen a un lector ideal (García Landa, 2012) que también está provisto de imaginarios sociales de inclusión/exclusión (Yubero, 2009), alrededor del adulto mayor.

**Palabras clave:** adulto mayor, DC Comics, *Calvin & Hobbes*, exclusión/inclusión, narrativa.

## Introducción

En la actualidad el noveno arte está despertando en Colombia. Gracias a la apertura económica llegan más títulos a las librerías. Además han surgido dibujantes y autores que, con mucha dificultad, le están dando un aire de novedad a la presencia de la novela gráfica en el país.

Parece innecesario decirlo, pero cualquier medio de comunicación es un creador de realidades, representa el mundo percibido por sus productores y ayuda a fundamentar lo que Benedict Anderson (1993) llama *comunidades imaginadas*, reconociendo que los lenguajes —ya que se superponen a la hora de ser leídos para ser entendidos—, más allá de la consideración estructuralista de que crean realidad, lo que hacen es construir solidaridades específicas, sentimientos sociales compartidos entre consumidores y productores de medios.

Con esos imaginarios, la sociedad crea subdivisiones de sí misma para distinguirse con el propósito de crear individualidades capaces de interactuar en varios sentidos, pero centradas en acuerdos comunes. Una colectividad, al crear conciencia de su existencia, formula la idea de que hay unas comunidades “verdaderas” y otras “falsas”: esta verdad y esta falsedad radican en imaginarios construidos solidariamente. En ese sentido, Anderson (1993) afirma que “las comunidades no deben distinguirse por su falsedad o legitimidad, sino por el estilo en que son imaginadas” (p.24).

Así se entiende que los medios masivos de comunicación, al ser el producto de sujetos comunicantes inmersos en una realidad que los dirige, son mediadores sociales, informadores y transformadores de enunciados sociales, así como de los sentires colectivos de la época. Los medios recortan y precisan las formas de expresión y significación de sus habitantes. Les otorgan un carácter ficcional y simplista a los sujetos sociales para que su compleja realidad pueda caber en las historias generadas por y para los medios.

Es cierto que los medios son los encargados de poner en la plaza pública la presencia de los sujetos más relevantes para la comunidad, esta representatividad social invariablemente llevará a una situación de exclusión/inclusión a cualquier grupo representado y no representado.

Se entiende que la referenciación de exclusión/inclusión está determinada por el grupo de poder de pauta, que normatiza y modela la regulación, así como la sutil creación de guetos sociales a los que pertenecer. Aquí se va a trabajar con la exclusión directa, que según Santiago Yubero (2009) es un tipo de exclusión cuyos efectos pasan desapercibidos por la víctima ya que están socialmente arraigados.

La exclusión es un elemento esencial de estigmatización. Un estigma social se define como un atributo característico de una persona o grupo social que devalúa a esa persona o grupo a los ojos de los otros. Las personas tratan de mantener una gran distancia social entre ellas y los miembros de grupos estigmatizados. (Yubero, 2009, p.15)

A lo anterior se añade que la exclusión basada en el estigma es consensual, es decir, es compartida por el grupo de personas que excluyen. Sin contar con que se trata de una exclusión socialmente justificada, de manera que para las personas que están incluidas dentro del grupo percibido como socialmente aceptable es algo legítimo.

De este modo, una sociedad que envejece con rapidez, como la nuestra (pues se estima que en Colombia, mientras que la cantidad de niños menores de 6 años representa el 12% del total, el 10,6% de la población es mayor de 65 años y en dos décadas esta cifra se triplicará), está creando valores sociales que niegan al cuerpo en su proceso de envejecimiento, estimulando la idea del sueño humano de la eterna juventud, del cuerpo como mercancía, de la belleza como principio. A su vez niega la niñez, sobre todo la más temprana infancia, porque igual que ocurre con los humanos que están en su última etapa, son personas sin cuerpo definido, sin utilidad social. En los primeros ya acabó esa utilidad, en los más pequeños ni siquiera se acerca, en ambos casos se perciben como seres estorbosos e improductivos.

A todo lo anterior se suma la diferencia intergeneracional que se agrava con el sentido de exclusión creado por los medios y la comunidad, debido en parte a que solo se aceptan como válidos los grupos generacionales en edad productiva o activamente consumista, es decir, la de los adolescentes (entre los 12 y los 19 años) y la adultez temprana (entre 20 y 40 años), antes de los 12 o después de los 40 son etapas de transición antes de pasar de seres invisibilizados a visibilizados o cuando enfrentan el proceso de ser personas visibles y útiles a ser rechazados por la colectividad. Incluso las palabras *viejo* o *bebé* llegan a ser ofensivas en nuestro mundo.

Por eso es importante ver cómo a través de las nuevas narrativas, específicamente el cómic, se incluye o no a estas poblaciones y de qué manera son abordadas. De este modo se hará una radiografía o se tendrá una perspectiva de qué se cuenta y cómo se cuenta una historia en este escenario.

En Colombia los cómics que más se leen son los norteamericanos, no solo por la enorme producción que se da en ese país sino por la calidad de sus dibujos, lo interesante de sus historias y también porque estos llegan en formatos que son más accesibles al bolsillo de los connacionales. Sin embargo, no se debe olvidar que este medio, como reproductor y creador de realidad, muestra lo que la sociedad occidental piensa de sus grupos sociales; por lo tanto, se debe reconocer como una puerta hacia la cultura urbana, puesto que las historias bucólicas y costumbristas no entran en su construcción, son producto de la posmodernidad, así que si algún creador quiere trabajar temas del pasado los debe adaptar al presente.

## Referentes teóricos

---

### El adulto mayor en Colombia

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, OMS, se considera a una persona como alguien mayor a partir de los 65 años. En Colombia, una persona se considera adulta mayor en el momento en que cumple los 60 años.

Desde el punto de vista biológico, está explicado por la teoría de la Programación Genética del Envejecimiento, que aduce que al llegar a este momento de la vida las células, de manera natural, dejan de reproducirse y provocan el deterioro de la persona. Esto implica la aparición de enfermedades; la declinación física hace reaccionar a la comunidad y en muchos casos genera aislamiento; además es la etapa de la jubilación, que es la forma en que el Estado les dice que ya no son útiles laboralmente. Por todo esto, no es raro que en esa etapa de la vida haya un elevado número de casos de depresión.

Teniendo en cuenta que el 10,2% de los colombianos ya se encuentra en esta etapa y que es una cifra que aumenta a diario, el 14% de los adultos mayores reciben algún subsidio del Estado; sin embargo, esto no es suficiente, por eso están en situación de vulnerabilidad y el 6% no cuenta con ningún tipo de seguridad médica,



siendo las enfermedades más frecuentes las coronarias, la hipertensión, la artritis, la epilepsia y el cáncer.

## Inclusión/Exclusión

La exclusión y los excluidos tienen una larga historia, hombres y mujeres son excluyentes por naturaleza, por eso desde sus inicios, cuando apenas empezaban a vivir colectivamente, hubo siempre algunos más favorecidos que otros y con mejores condiciones de vida en la comunidad. Las cosas no han cambiado mucho en este aspecto desde aquella época, aún en la actualidad, en su diario vivir, los seres humanos, a veces sin darse cuenta, excluyen y son excluidos al mismo tiempo.

Así lo expresa Estivill (2003):

El ostracismo en Atenas, la proscripción en Roma, las castas inferiores en la India, las múltiples formas de esclavismo, de exilio y destierro, de “ghettoización”, de excomunión, son manifestaciones históricas del rechazo con las que cada sociedad ha tratado a los indeseables, a los no reconocidos, a los proscritos de la tierra. Se trataba así de hacer en Europa una distinción, una separación, entre hombres y mujeres situados dentro y fuera, entre quienes tienen un estatuto de pleno derecho y quienes tienen uno particular o simplemente quienes no tienen ninguno. (p.5)

A los ciudadanos a los que el autor llama indeseables o no reconocidos se les niegan derechos y libertades básicas que inciden directamente en su calidad de vida; la salud, el trabajo, la educación, la formación y la vivienda son algunos de los servicios de los que se les mantiene al margen.

De igual modo, el concepto de exclusión debe ser entendido como el opuesto a la inclusión, pues implica tener una imagen dual de la sociedad, en la que existe un sector integrado y otro separado.

En principio la exclusión parecía ser un problema derivado de la economía, asociado únicamente con la pobreza. Pero hoy, luego de diferentes estudios y análisis, se sabe que es una noción multidimensional y multifactorial, y que sus causas y manifestaciones no son únicas. Se trata de un fenómeno formado por distintas aristas, cada una de ellas es una circunstancia desfavorable, a menudo fuertemente interrelacionada con las demás.

Otro de los rasgos característicos de la noción de exclusión social es que no se trata de algo que afecte solamente a determinadas personas o colectivos, sino que es un proceso al que se pueden ver enfrentados diferentes individuos y grupos poblacionales, en distintos momentos de su vida. No haber sido víctima de la exclusión en la adultez no es de ninguna manera garantía de inclusión social en la vejez.

### Comunicación inclusiva

El término *inclusión* aparece en los años noventa para sustituir el de *integración*. El uso de la expresión se relacionó inicialmente con los procesos pedagógicos y el modo en que en la escuela se debía dar respuesta a la diversidad. Fuera del ámbito escolar, el término pretende darle a la diversidad una connotación positiva y ver en ella una posibilidad de riqueza social.

Hablar de inclusión implica favorecer la igualdad y la equidad entre los ciudadanos, sin importar sus características físicas, mentales, sociales, sus contextos culturales, etc. En otras palabras, el respeto por la dignidad de la persona, teniendo siempre en cuenta que todas tienen el mismo valor.

La comunicación inclusiva busca entonces que el lenguaje sea utilizado de manera que contribuya a la edificación de una sociedad más igualitaria, justa y, por supuesto, incluyente. La comunicación cuenta con un enorme potencial para aportar a los procesos de inclusión social; sin embargo, si se utiliza inadecuadamente, puede convertirse en un poderoso factor de exclusión.

### El cómic norteamericano

Sin lugar a dudas Estados Unidos es el país que más produce cómics en el mundo, tiene una industria cultural amplia y canales de distribución activados a lo largo y ancho del globo. Si algo caracteriza a sus productos es el modo en que se narran las historias de los cómics, especialmente de las empresas que más venden: Marvel y DC Comics, cuya firma narrativa está en la creación de personajes con un rico mundo interior, utilizan los monólogos interiores y abundan las historias trágicas para ahondar en el dramatismo.

Daniele Barbieri (1993) reconoce cuatro clases de interacciones entre el lenguaje de los cómics y otros lenguajes:

- **Inclusión:** Un lenguaje está incluido en otro, forma parte de otro.
- **Generación:** Un lenguaje es generado por otro, el cómic se desprende de lenguajes como el de la ilustración, la caricatura o la literatura ilustrada, sin por esto ser igual a ellos.
- **Convergencia:** Dos lenguajes convergen en algunos aspectos.
- **Adecuación:** Un lenguaje se adecua a otro, el cómic adopta otros lenguajes sin generar cambios.

Por lo tanto el completo y complejo lenguaje del cómic es el producto de la unión entre el código lingüístico (grafemas) y el código icónico (imágenes), estrechamente interconectados, entrelazados y en continua interacción recíproca.

Eisner (citado por Cuñarro y Finol, 2013) refiere:

El formato del cómic presenta un montaje de palabras e imágenes, por lo tanto es requerido del lector ejercitar habilidades interpretativas tanto verbales como visuales. El régimen artístico (perspectiva, simetría, líneas) y el régimen literario (gramática, trama, sintaxis) se superponen mutuamente. La lectura de una novela gráfica es al mismo tiempo un acto de percepción estética y un acto de persecución intelectual. (p.269)

Los lenguajes son contextos en los que las personas habitan y se desenvuelven. Por esta razón, para una total comprensión del cómic, quien lo lee debe conocer su lenguaje y estar en capacidad de descifrar sus códigos. Esta información es transmitida, debido a los múltiples códigos del cómic, por medio de la utilización de un extenso sistema de signos y una serie de convenciones establecidas, que permiten que el cómic pueda expresar narrativamente el mundo.

## El conflicto narrativo

Dentro de cualquier fábula, los personajes son sometidos a acciones o situaciones iguales y opuestas que se presentan directa o indirectamente dentro de la narración; a esto se le llama *conflicto literario*.

De acuerdo con Sigmund Freud (1886-1939), en su ensayo teórico titulado “El creador literario y el fantaseo” (Ricour, 1970), publicado en 1908, el poeta dentro de su labor lírica lo que hace es “jugar” con el fantaseo, dotándolo de afecto, separándolo tajantemente de la realidad. Este juego se explica desde la necesidad de

ganancia de placer que adultos y niños buscan para entender y enfrentar la realidad que los domina. Con la diferencia de que para el adulto ese fantasear está aparentemente vedado, aunque todos lo hagan, por lo que debe recurrir a maneras de ocultamiento, escondiéndose bajo el carácter de creador y dándolo a conocer para que sea juzgado por la fantasía, la razón y el concepto estético de los observadores.

Por lo tanto, si el adulto que fantasea es un ser insatisfecho, dependiendo de sus circunstancias y obviamente de su tiempo, “el nexo de la fantasía con el tiempo es hartó sustantivo”, dice Freud, ya que el ánimo y el pensamiento de cualquier ser humano además de sus propias inclinaciones personales está signado por el pensamiento de su tiempo. De esta manera, se entiende que haya nueve tipos de conflictos, divididos según las épocas que los estudios de la cultura reconoce:

- **Clásica:** Aquellos en los que el ser humano no es dueño de su destino, sino que su mundo y sus acciones obedecen a órdenes superiores. De estos se desprenden tres tipos de conflicto: el hombre vs. la naturaleza - el hombre vs. el hombre - el hombre vs. Dios.
- **Moderna:** Estos tienen que ver con un mundo centrado en la ciencia y la razón, obedece a las posturas de los enciclopedistas y pensadores liberales del siglo XIX. El ser humano encuentra que dentro de sí mismo también hay monstruos. Es en ese sentido que se dividen los conflictos de la modernidad: el hombre vs. la sociedad - el hombre vs. sí mismo - el hombre vs. no Dios.
- **Posmoderna:** El ser humano entiende que ni Dios ni la razón responden a sus dudas sobre el mundo. Tanto la razón como el desarrollo tecnológico humano han producido monstruos y están latentes, dispuestos a atacarnos en cualquier momento. Por eso los tres conflictos que se presentan dentro de esta corriente cultural son: el hombre vs. la realidad - el hombre vs. la tecnología - el hombre vs. el autor.

## Metodología

**Tipo de investigación:** Esta investigación se fundamentó en el método del *análisis de contenido*, que de acuerdo con autores como Carlos Conte, quien retoma a Klaus Krippendorff, se trata de una exploración destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y comprobables acerca del significado simbólico que recae sobre los discursos construidos con el fin específico de comunicar.

Al trabajar con un análisis de contenido se sabe que es una metodología de investigación que se apoya en los análisis del discurso, en la lingüística y tanto en la semiótica discursiva como en la semiótica social.

**Muestra:** DC Comics es el canal de distribución que genera más ventas y, por ende, es el más leído. Por eso para esta investigación se analizaron las revistas de *Batman*, *The Authority*, como productos representativos del esquema industrializado. También se tomó una novela gráfica independiente, titulada *From Hell*, que cuenta una versión de los asesinatos realizados en Londres por el asesino en serie conocido como Jack El Destripador.

El otro cómic analizado para este estudio, *Calvin & Hobbes*, creado por el norteamericano Bill Watterson y publicado entre 1985 y 1997, no está hecho específicamente para consumidores habituales de cómics, en realidad se trata de una serie de tiras cómicas (pequeñas historias contadas en no más de seis viñetas) destinadas a crear un espacio de divertimento y reflexión entre el público lector de los diarios matutinos.

*Calvin & Hobbes* es señalada como una de las historietas con los mejores diálogos que se hayan concebido, caracterizados por su profundidad existencial. Relata la vida de un niño de seis años, Calvin, quien junto con su pequeño tigre de peluche, Hobbes, su papá, su mamá, su vecina y compañera de estudios, Sussie, su compañero, Moe, el niño malo del colegio, y la profesora, Carcoma, vive las aventuras que su imaginación e ingenio le permiten.

La investigación se trabajó desde un *enfoque cualitativo*, puesto que lo que siempre buscó fue definir la naturaleza del conocimiento e indagar su relación con las realidades sociales.

## Discusión

En *Batman*, de la que se escogieron las historias tituladas “Deadman, muerte y gloria”, y “Consecuencias”, la presencia del adulto mayor es significativa. En la primera el *personaje* del comisionado Gordon, un adulto mayor investido de autoridad, refleja un *conflicto externo enfocado en el hombre vs. el hombre*, en el que se busca justicia para el comisionado y su familia, y aunque finalmente se encuentra, no era como él se la imaginaba.

En *The Authority*, el adulto mayor es el antagonista principal, el malvado líder de las islas Gamorra, llamado Kaizen Gamorra, quien posee superpoderes que lo hacen casi invencible. En esta historia el adulto mayor es un personaje totalmente *rectilíneo*, pues inicia como un ser malvado y termina derrotado precisamente por su maldad. Presenta un *conflicto externo enfocado en el hombre vs. el hombre*, pues lucha con su deseo de dominación frente a las dificultades que le ofrecen sus contrincantes.

En la novela gráfica *From Hell*, escrita por Adam Moore y graficada por Eddie Campbell, se presentan tanto personajes de la tercera edad como niños. Al explorar la mirada que hay sobre los infantes, puede decirse que representan el nacimiento de un niño y le hacen seguimiento hasta que cumple los cinco años. Este personaje presenta un *conflicto externo enfocado en el hombre vs. la sociedad*, ya que el niño vive según las condiciones que su familia le ofrece, a pesar de que en ocasiones estas le sean adversas a sus deseos.

Finalmente, en la muestra seleccionada de las tiras cómicas de *Calvin & Hobbes*, dibujada y escrita por Will Batterson, los tres niños representados: Calvin, Sussie y Moe, representan tres estereotipos de niños: el hiperactivo enfocado en su imaginación, la niña tranquila y racional enfocada en su estudio y el niño agresivo de pocas palabras que quiere sacar provecho. Mientras que la profesora Carcoma representa a una adulta mayor profesional, paciente, que mantiene una actitud dominante sobre los niños en virtud de su deber como docente. Se presenta un *conflicto interno enfocado en el hombre vs. el hombre*, determinado por el deseo de Calvin de entender el mundo y las dificultades que implica hacer las cosas a su modo, en un mundo donde su capacidad de decisión está mediada por los adultos. Por su parte, los otros personajes viven un *conflicto externo enfocado en el hombre vs. la sociedad*, ya que viven según las condiciones que el medio les imponga.

## Conclusiones

Se identificaron varios estereotipos en el manejo de las poblaciones estudiadas. El primero es que el adulto mayor, sea villano o no, tiene un rol significativo dentro de la historia, es un profesional activo o ya cercano a la jubilación, pero que no goza de un respeto dentro de la comunidad a la que pertenece. Excepto el villano, que más que respetado es temido, pues su soberbia y terquedad no permiten una real interacción con él. Mientras que aquel que no es antihéroe y tampoco un personaje

activo laboralmente se identifica con un adulto mayor solitario, arraigado en sus cosas materiales, ya que son la representación de su esfuerzo y su trabajo. Este adulto mayor es representado en el cómic *Batman* “Consecuencias”, donde se identifican los valores del adulto mayor que respeta las normas sociales y pide que se le respeten a él.

Todo lo anterior permite reconocer que en términos de relaciones inclusivas, los cómics analizados, si bien tienen representaciones de las edades objeto de estudio, muestran una menor cercanía social con respecto a los adultos mayores, pues en todos ellos la distancia que se presenta entre los adultos mayores y sus aliados es apenas una distancia social, indicador de poca cercanía emocional. También es de notar que su participación dentro de la narración es más en el rol de víctima (caso de *Batman*, “Consecuencias” y *Daredevil*, “Nacido otra vez”), y en el único caso en que el principal rol antagónico es un adulto mayor (caso *The Authority*) mantiene una distancia pública con todos los demás personajes, lo que implica un aislamiento emocional, ya que no hay nadie en quien pueda confiar ni a quien le pueda contar sus problemas.

Cuando en *Calvin & Hobbes* el adulto mayor representado por la profesora Carcoma aparece, indica que el valor de la interrelación entre la primera infancia y el adulto mayor solo se da en la medida en que esta relación implica una acción de encausamiento de la hiperactividad del niño y el rol que representa a una adulta mayor profesional, paciente, que mantiene una actitud dominante sobre los niños en virtud de su deber como docente.

Esto quiere decir que las historias analizadas ahondan en la fábula humana, prefiriendo preguntarse qué pasa en el intercambio de experiencias y deseos, más que en el intercambio con la tecnología o la autoría de un ser externo, como podría ser el autor. Es de notar que en los episodios analizados escritores y dibujantes están más preocupados por la condición humana que por los bienes materiales; separándose de la mirada capitalista de los cómics de hace algunas décadas, tal y como lo pudo verificar Umberto Eco en los años sesenta en su célebre libro de ensayos *Apocalípticos e integrados*, en el que descubrió que en los episodios de *Superman* el héroe estaba preocupado esencialmente por salvaguardar los bienes materiales, por encima de las hondas injusticias sociales que se pudieran estar presentando.

## Referencias

1. Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas, reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
2. Barbieri, D. (1998). *Los lenguajes del cómic*. Barcelona: Paidós.
3. Conte, C. (2009). *Algunas consideraciones sobre unidades de análisis de contenido cualitativo en Krippendorff*. Editado por el Doctorado en Ciencias Sociales de la Flacso, Argentina.
4. Cuñarro, L., Finol, J. E. (2013). Semiótica del cómic: códigos y convenciones. *Signa*, 22, 267-290. Recuperado de [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147470](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147470).
5. Eco, U. (2004). *Apocalípticos e integrados*. Madrid: Editorial De Bolsillo.
6. Estivill, J. (2003). *El panorama de la lucha contra la exclusión social. Conceptos y estrategias*. Editado por el Programa Estrategias y Técnicas Contra la Exclusión Social y la Pobreza. Recuperado de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/panorama-de-la-lucha-contra-la-exclusion-social.pdf>.
7. García, J. Á. (2012). *Los conceptos básicos de narratología*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza. Recuperado de [http://www.unizar.es/departamentos/filologia\\_inglesa/garciala/publicaciones/basicos.html](http://www.unizar.es/departamentos/filologia_inglesa/garciala/publicaciones/basicos.html).
8. Morley, D. (1996). Interpretar la televisión: la audiencia de Nationwilde. *Revista Nombre Falso*. Recuperado de <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>.
9. Orozco, G. (1991). La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias. *Revista Comunicación y Sociedad*, pp 10
10. Orozco, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: una construcción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, pp 27
11. Ricour, P. (1970). *Freud: una interpretación de la cultura*. México D.F.: Editorial Siglo XXI.
12. Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social, Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes.
13. Yubero, S. Larrañaga, E. Morales, F. (2009). *Exclusión: nuevas formas y nuevos contextos*. Castilla La Mancha: Universidad de Castilla La Mancha.



## **CAPÍTULO 2**

# **EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES**

---



# ¿Hacia una opinión pública digital?

---

## **Ana María Miralles Castellanos**

Universidad Pontificia Bolivariana

Grupo de investigación Synthesis

Línea: Ciencias de la complejidad y sociedad

ana.miralles@upb.edu.co

## **Resumen**

---

En este artículo se problematizan los fundamentos de la noción de opinión pública tal como fue formulada por los pensadores liberales modernos, hasta llegar a considerar qué se requiere para volver a pensar el tema en el entrecruzamiento entre lógicas análogas y lógicas digitales de interacción social vigentes en las sociedades contemporáneas. Tras describir las sucesivas etapas que permiten entender el campo de la opinión pública, se señalan sus limitaciones en términos del papel que le otorgan al ciudadano y se examinan las investigaciones de punta que abordan asuntos relativos a lo colectivo y la opinión pública, ofreciendo un panorama crítico de la ausencia de conceptualizaciones robustas en el campo.

**Palabras clave:** opinión pública, deliberación, redes digitales, democracia, propagación, contagio, ciudadano, racionalismo, dinámicas digitales.

¿Qué significa hoy pensar en las reconfiguraciones de la opinión pública bajo el impacto de entornos digitales altamente conectados? Esta es la pregunta que muchos investigadores intentan responder tanto desde las ciencias sociales como desde las ciencias computacionales. Uno de los aspectos que la expansión y el uso cotidiano de las tecnologías de información y comunicación han puesto en el centro del debate habla de las nuevas posibilidades de la ciudadanía en términos de espacios y formas de participación en lo público.

El predominio de algunas teorías de la opinión pública, particularmente aquellas ancladas en los presupuestos de la modernidad, como la formulada por Habermas (1989), debe ser repensado desde sus fundamentos epistemológicos que de algún modo incitan a la discusión crítica, particularmente por el marcado énfasis en el consenso desde la democracia deliberativa. Prueba del inicio de esta tarea es el debate que da origen a *El miedo al disenso* (Miralles, 2011), en el cual se marca una distancia frente a esa aproximación consensualista y se piensa el problema de la democracia de una forma más radical. Y esto ¿por qué? Porque es preciso reconocer que ante el temor que a muchos inspiran los devaneos posmodernos desde los que algunos celebraron el advenimiento de Internet o la llamada *era de la información*, es común aferrarse a un discurso sólido en materia de esfera pública como el propuesto por Habermas y en general por el pensamiento moderno, sin entrar en el detalle de cómo algunas fisuras en ese marco de referencia son justamente las que han impedido la satisfactoria construcción de un soporte teórico para la opinión pública que ponga en el centro al ciudadano.

Múltiples experiencias empíricas demuestran que aunque nunca hasta ahora el ciudadano del común había sido protagonista de la opinión pública (Monzón, 1997; Miralles, 2001), siempre se mantuvo la tensión entre una opinión pública de elite o una opinión pública de ciudadanos comunes, que es lo que algunos investigadores pretenden hacer ahora: escarbar en los fundamentos teóricos del concepto clásico liberal de la opinión pública, para rastrear el modo como se constituyen en una limitación para la participación ciudadana desde la época de la Ilustración, pasando por la sociedad de masas y arribando al revolcón que supone la actividad de los movimientos sociales y las dinámicas ciudadanas en la sociedad red.

Somers (1996) argumenta cómo a partir de los conceptos de *cultura política* y *esfera pública*, tanto Parsons como Habermas, que fueron los que en el siglo xx retomaron con más éxito esos conceptos, quedaron atrapados en el pensamiento de Locke, ya que sitúan ambos conceptos en el ámbito privado, particularmente desde la noción de los públicos habermasianos entendidos como personas privadas que deliberan so-

bre asuntos públicos. Somers demuestra la manera en que estas dos aproximaciones no permitieron construir un campo nuevo, el del tercer sector como espacio de la ciudadanía, y por lo tanto los cambios que se dieron en la sociedad civil de muchos países, incluidos los de Europa del Este, demostraron que la teoría no fue capaz de interpretar ni de dar soporte a esas nuevas realidades de “revoluciones” ciudadanas democráticas de los años 80. Según la autora, la teoría social no pudo mantener el ritmo de esos acontecimientos y desde el punto de vista ideológico se convirtió en un obstáculo para construir una noción de democracia con participación ciudadana.

El corazón de su argumentación orbita sobre la manera en que Locke creó el concepto de sociedad (posteriormente denominada sociedad civil) como oposición a un Estado potencialmente tiránico. Para ello Locke propuso la ficción de que la sociedad era natural y moralmente superior al Estado y la presentó con un fenómeno empírico precedente (Suárez, 2004). Al hacerlo situó al Estado en el ámbito público y a la sociedad en el ámbito privado, que debía defenderse de las limitaciones a su libertad que podrían venir del Estado. Lo relevante para el asunto de la opinión pública es que claramente las nociones de cultura política y la subyacente de opinión pública quedaron situadas en la esfera privada, con las consecuencias que de ella se derivan: se trata de un ámbito privado pre-político, una esfera de comerciantes, una sociedad de propietarios, lugar de intercambio autónomo, auto-regulado, natural, racional y voluntario (Somers, 1996; Suárez, 2004).

Todo ello limitó el trabajo de la ciudadanía al control del Estado y a la defensa de los intereses privados como eje principal y sentó las bases del pensamiento liberal que mucho después se convertiría en el predominio del mercado que desplazó a la política como el centro de decisión y articulación de lo sociopolítico.

Un problema tan complejo va a quedar apenas enunciado en este artículo, pues de lo que se trata es de señalar que este modo de pensar la opinión pública debe ser nuevamente problematizado a la hora de trabajar las reconfiguraciones de la opinión pública, debido a los cambios en las dinámicas de relaciones que emergen de las redes digitales. Dicho en otras palabras, plantear este tema de punta y revisar los fundamentos de la noción de opinión pública desde la perspectiva liberal, pueden llevar a encontrar la libertad para pensar la reconfiguración o emergencia de un nuevo concepto de opinión pública y aunque suene ambicioso la realidad no da más espera: si ya hubo, a juicio de Somers (1996), un primer fracaso en los años 80, la revolución tecnológica no deja más alternativas que aceptar el reto de revisar las concepciones clásicas de la opinión pública.

## El camino de la opinión pública

Se pueden señalar, a grandes rasgos, cuatro hitos en el desarrollo de la noción liberal de opinión pública: el antecedente de los clásicos griegos, la postulación de la opinión pública moderna Ilustrada, la emergencia del enfoque psicosocial y finalmente el reinado actual de los sondeos, identificados por muchos como la cara actual de la opinión pública, al menos hasta la década de los años 90. Para lograr delimitar aún más el campo hay que pensar en los principios moduladores de la esfera pública y encontrar en ellos las trazas de la exclusión de los ciudadanos.

El entramado teórico de la opinión pública ha sido objeto de interés de la sociología y de la ciencia política y solo mucho más tarde de la disciplina de la comunicación. Pero al ir a sus raíces más remotas se les encuentra en la filosofía griega clásica, de la cual han quedado unos conceptos vertebradores de la opinión pública que reaparecen en la modernidad.

En la Grecia clásica se encuentran los elementos que contribuirían a dar forma, mucho tiempo después, a la noción moderna de la opinión pública: la idea de democracia, la polis, el Ágora y la radical separación entre los ámbitos público y privado. Particularmente el Ágora y el principio de discusión y argumentación en la plaza pública son puntos de referencia inevitables para la opinión pública moderna (Arendt, 1996). La filosofía es la encargada de dar forma a las bases de lo que en el siglo XVIII se llamaría opinión pública y ese proceso está marcado por una primera gran exclusión. Dada la radical separación de lo público/ privado, las mujeres, los esclavos y los niños estaban por fuera de la esfera pública y quedaron confinados al mundo de la reproducción y la sobrevivencia conocido como *oikos* (Ferry, 1992). No es casual que la historia remota de la esfera pública comience con este gran sello de exclusión y marque de modo particular el concepto de ciudadano.

En la Grecia Antigua eran ciudadanos solamente los hombres con instrucción y propietarios. Así, no sorprende que en los *Diálogos* de Platón no haya mujeres que razonan. En los diálogos con Sócrates son todos hombres que se dedican a la mejor de las artes: la filosofía. El uso de la palabra en la plaza pública y en general todos los cargos públicos están vedados para las mujeres. Son los hombres los que estudian, los que se preparan para jugar un papel en lo público. El concepto de ciudadanía nace limitado.

Los filósofos griegos, a pesar de pensar el problema de la democracia, hicieron que las figuras de pueblo y gobierno del pueblo fueran concebidas de una manera muy restrictiva, pues finalmente y a pesar de su grandeza, fueron hijos de su época. La idea de democracia es quizás el mito más revolucionario que legaron los griegos al pensamiento moderno. La polis, con su ágora como espacio para la libre discusión pública de los asuntos de la ciudad, representa una de esas formas que ha sobrevivido al paso de la historia, por la potencia que representa para el pensamiento democrático, especialmente de la modernidad.

El trabajo quizás más citado sobre la esfera pública moderna es justamente la que fue en su momento la tesis doctoral de Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, publicada inicialmente en 1962. Desde el pensamiento crítico de la Escuela de Frankfurt, Habermas, quien fuera alumno de Adorno, delinea la historia de la esfera pública burguesa que surge con la caída del Estado absolutista. Para construir su teoría de la opinión pública Habermas retoma a varios de los clásicos: Rousseau, Locke, Montaigne, Kant, Hegel, Marx, Stuart Mill y Alexis de Tocqueville (Habermas, 1989).

En su rastreo Habermas (1989) encuentra que el concepto de opinión pública en Rousseau —a quien por cierto se atribuye la creación del término— es el de una opinión pública *sin discusión* y está más vinculado al “consenso de los corazones” como voluntad general y niega por completo la opinión pública de carácter político. Kant conduce a una opinión pública de élite, letrada, ilustrada, ligada a la razón y al texto. Hegel mantiene la radical separación público/privado y para Marx la opinión pública es una ficción que corresponde a la falsa consciencia de la clase burguesa, siempre situada en el plano privado.

A la par de estos antecedentes si se piensa por ejemplo en los aportes de Stuart Mill (1861/1993), no tanto en el campo de la economía política sino de la filosofía (pero es necesario subrayar su carácter de economista) a partir del texto suyo titulado *Sobre la libertad*, se encuentra en su pensamiento que el modo de construir la verdad es totalmente coherente con la idea liberal del intercambio de argumentos para encontrarla dentro de las opiniones más válidas. Lo que se puede resaltar de Mill son cuatro cosas: el concepto de verdad en singular, el temor a que las mayorías no razonables se impongan, el racionalismo como forma de encontrar la verdad y el escenario de intercambio entre privados, también en el “mercado de opiniones”. Todo ello tendrá un efecto directo en la concepción liberal de la opinión pública e igualmente para Tocqueville, en su viaje a América en la tercera década de los años 1800 (2010), la

opinión pública a lo sumo podía servir para limitar el poder del Estado, porque le temía profundamente a la “tiranía de la mayoría”. Sello de marca de los Ilustrados.

En todos estos discursos se habla de libertad, de democracia, del predominio de la razón, pero el ciudadano ordinario realmente no aparece. Siempre es representado por los pensadores. Sin embargo, son las ideas de Locke las que ya habían marcado de forma estructural a todos ellos. Desde el legado de Locke, la libertad se ha asociado a la “coordinación voluntaria del intercambio de mercado y la opinión pública” (Somers, 1996, p.11).

En la teoría normativa de la opinión pública de Habermas (1989) la construcción moderna del concepto de cultura política desde Parsons y el de esfera pública se hizo en la dicotomía entre Estado y mercado y por eso no tuvo la capacidad de teorizar los grandes movimientos ciudadanos de la década de los ochenta del siglo xx, ya que confinó la opinión pública y el discurso racional a la función de controlar al Estado o de buscar beneficios para el sector privado, protegiéndolo de los intentos reguladores.

Somers (1996) señala una ambigüedad en Habermas (la opinión pública como articuladora entre las demandas sociales y el Estado y/o la opinión pública como la crítica y el debate en la esfera privada, en donde sitúa los públicos activos) que finalmente se resuelve situando la opinión pública en lo privado porque desde Locke los conceptos de cultura política y de opinión pública no son construidos como conceptos políticos ni culturales, sino como asuntos arraigados en la sociedad natural, de tal modo que “la identidad pre-política del concepto de cultura política es lo que permite que el liberalismo sea una teoría social, es lo que hace posible proporcionar un fundamento social a la democratización y a la economía de mercado” (Somers, 1996, p.57). Esto, en otras palabras, permite darle un fundamento social no solamente al gobierno representativo sino a la economía de mercado, pero al mismo tiempo despolitizar la opinión pública y dejarla en el ámbito pre-político.

Claramente, esas ideas fundantes no permiten la construcción de una teoría del tercer sector (la ciudadanía), así la intención de la postura crítica de Habermas colocara en el centro el asunto de la igualdad en la deliberación sobre el bien común. Una prueba de esos silencios epistemológicos es la crítica de Nancy Fraser sobre las esferas públicas de campesinos, damas voluntarias y trabajadores de los cuales ya había evidencias empíricas en la época de la esfera pública descrita por el propio Habermas y que omite en su análisis, a favor de una esfera pública central, hegemónica configurada por el público burgués que guarda relación con la clase de los comerciantes (Fraser, 1997).



Finalmente, ni las concepciones que pretendieron teorizar a favor de la ciudadanía y del llamado tercer sector fueron capaces de escapar a lo que Somers (1996) llama un fracaso de la sociología política<sup>1</sup>.

## El modelo psicosocial de Nöelle Neumann

Cuando la socióloga alemana Elisabeth Nöelle Neumann formuló la muy citada teoría de la *Espiral del silencio*, narró que la teoría “se le apareció”, pues luego de muchos años de trabajar en el Instituto Allensbach de Alemania analizando las tendencias de opinión surgidas de encuestas, en su mayor parte electorales, se dio cuenta de que había motivaciones en los encuestados que no respondían a procesos racionales, sino más bien a percepciones sobre las tendencias dominantes de opinión. Lo más importante de sus hallazgos fue sin duda la idea de que los encuestados ajustaban sus opiniones a su percepción sobre algo que llamó el *clima de opinión* reinante. Y esto fue así debido a que, según postula Nöelle Neumann (1995), el miedo al aislamiento social es lo que orienta las respuestas de los ciudadanos cuando tienen que hacerlas públicas. En definitiva, lo que postula Nöelle Neumann es una teoría de la opinión pública no como debate racional, sino justamente lo contrario: como forma de control social y de homogenización.

Nöelle Neumann (1995) rastreó los orígenes de la opinión pública y encontró que Rousseau, Locke, Montaigne y otros, fueron los que plantearon las claves de esa opinión pública creada sobre el miedo al aislamiento social. En Rousseau encontró una versión de opinión pública como la imagen que los demás se forman sobre alguien. Este filósofo, a quien ya Habermas había identificado como defensor de una idea de opinión pública sin discusión, desarrolla una versión que hace referencia explícita a la opinión pública como aquella imagen que los demás se forman de alguien, en términos de aprobación/desaprobación. Rousseau asocia entonces la opinión pública con la reputación y la desvincula de cualquier poder intelectual (Nöelle Neumann, 1995). La opinión pública es entonces autoridad moral y fomenta la cohesión.

1 Somers encuentra que el enorme crecimiento y vitalidad de movimientos desde la sociedad civil que tuvo lugar en la década de 1980 —cosa que por cierto también se evidenció en América Latina, y que en Europa del Este tomó la forma de movimientos antiestatistas—, demostró que la teoría social no fue capaz de estar al ritmo de esos acontecimientos.

En Locke, Nöelle Neumann analiza la *ley de la opinión* a partir del temor del individuo a soportar el desagrado y la censura en su propio entorno cuando atenta contra la moda y las opiniones de los círculos que frecuenta. Nöelle Neumann concluye que “el tribunal de la opinión pública obliga a los hombres a amoldarse por miedo al aislamiento” (1995, p.99). Frente a la ley de la opinión de Locke solamente hay dos opciones: la alabanza o la censura. Como la moda, la opinión pública es volátil y cambiante, pero mientras está presente, es firmemente coercitiva.

Vale la pena considerar cómo puede ser Locke el fundamento de dos teorías de opinión pública tan opuestas. Por un lado le sirve a Habermas para construir una teoría normativa anclada en el debate y la discusión racional y a Nöelle Neumann para fundamentar una teoría que elimina la discusión y las diferencias y privilegia el control social. El punto de contacto está justamente en lo ya señalado por Somers (1996): en ambos casos la opinión pública está francamente situada en el ámbito privado, aunque de manera mucho más evidente en la versión del control social, pero claramente definitoria a favor de lo privado también en Habermas. Y es justamente este rasgo de la opinión pública en el contexto de las sociedades de mercado lo que limita el papel crítico del ciudadano.

Otro de los clásicos que rastrea Nöelle Neumann es David Hume, quien recoge las ideas de Locke y va más allá en la construcción de una teoría consensualista sostenida por la confluencia de opiniones de personas particulares. También James Madison (Nöelle Neumann, 1995) un siglo más tarde que Locke, va más directamente al peso de la opinión compartida como moldeadora de la opinión del resto. En estos tres autores encuentra Nöelle Neumann la tesis del miedo al aislamiento social como base de la opinión pública. También analiza a otro autor, el inglés, Joseph Glanvill quien vivió en una Inglaterra “desgarrada por la discordia” (Nöelle Neumann, 1995, p.108), y que en un tratado sobre la vanidad del dogmatismo lanzó el término *clima de opinión* para explicar la postura de los dogmáticos frente a espíritus más abiertos que han conocido esos otros climas de opinión.

Finalmente, en Alexis de Tocqueville aparece nítidamente formulado el temor a la tiranía de la mayoría. También claramente situada en el plano de lo privado, la opinión pública puede coaccionar a los que no piensan como ella y la forma de esa coacción es la desaprobación pública (Nöelle Neumann, 1995). Posteriormente, en el siglo XIX y en el contexto de la consolidación de la sociedad de masas, la autora encuentra otros autores que siguen dando forma a esta noción de opinión pública.

Sin embargo, habría que considerar otros antecedentes como el propuesto por Gustave Le Bon (1897/1972) desde la ley del contagio en el marco de la psicología de la multitud, que no atribuye ningún mérito a una opinión pública de ciudadanos y que la identifica con la multitud irracional. El autor marca su distinción entre el comportamiento individual y el que se da en situación de muchedumbre. No sobra recordar que el libro de Le Bon sobre las multitudes sirvió de inspiración para la propaganda hitleriana.

Dentro del mismo hilo de las concepciones liberales de la opinión pública, los enfoques de base psicológica que reconocen una mínima participación al ciudadano, la reducen a muchedumbre irracional.

## El reinado de los sondeos

Un tercer hito en el desarrollo de la opinión pública en la concepción liberal es el de la opinión pública agregada, propia de las sociedades masivas y que está representado por los sondeos. Sin embargo, hay que guardar las debidas distancias con las dos tendencias que se acaban de analizar, dado que no tienen el mismo espesor conceptual y porque obedecen más directamente a un valor de uso político y económico aunque fundamentado en la robustez de la estadística como legítimo lenguaje científico.

El modelo de agregación de opiniones pulveriza la idea de debate público y la construcción de lo colectivo que formuló Habermas, pues contradice la lógica de producción de lo colectivo mediante deliberación: se trata de sumar opiniones individuales y agruparlas en tendencias sin que medie ninguna discusión. Aunque muchos no comparten que los sondeos sean la opinión pública, apenas si su encarnación parcial y reducida, algunos autores lo identifican como la opinión pública (Wolton, 1998) y sobre todo los medios de comunicación han instalado la idea de que los sondeos son representativos de la opinión pública. Los sondeos se crearon en 1930 a partir del trabajo de Daniel Yankelovich en Estados Unidos, y en los años 90 tuvieron su gran punto de expansión mediática y la mantienen aún en el siglo XXI justamente a partir de una relación simbiótica: la necesidad de políticos y medios de controlar la opinión pública.

Los fundamentos teóricos de los sondeos están en el positivismo de corte cuantitativo: todo lo que es medible es verdad. No es casualidad que este método

empírico haya encajado tan bien en la lógica de los medios de comunicación. Extrapolado de los métodos de las ciencias naturales, los sondeos igualan la predicción al hecho. Según el positivismo, el objeto de conocimiento existe con independencia del observador, pero es claro bajo los análisis de la manipulación que la manera de hacer los sondeos y los insumos que ha recibido el ciudadano que responde, marcan sus respuestas. La estadística cuantifica las opiniones de las personas con la pretensión de ser ciencia y pasa por alto el problema de la formación de esa opinión. No obstante, el poder aplicarlos a gran escala en sociedades masivas, pero sobre todo su pretendida objetividad, se articulan perfectamente a la ideología profesional periodística que se define como portadora de verdad y objetividad.

Los sondeos no producen grandes leyes pero sí verdades cotidianas. Bajo la apariencia de verdad científica le dan estatus de realidad a la suma de opiniones individuales, lo que contradice directamente el sentido de lo público como lo colectivo. Esto nada tiene que ver con la crítica, sino antes bien con el hecho de ser fuentes legitimadoras de poder en el marco de la política como lucha simbólica, como lo plantea Champagne (1998), compañero de investigación de Bourdieu, y quien además afirma que los sondeos tienen un valor social y político pero no científico.

La opinión pública confinada a esta forma de la estadística está claramente situada en la esfera privada: son las opiniones de los individuos que no entran en contacto, pero se convierten en opinión fuerza por la vía de las tendencias de opinión. En la historiografía de la opinión pública Champagne (1998) revela cómo los sondeos fueron la forma de domesticar la crítica de los ciudadanos que desde mediados del siglo XIX habían encontrado en las manifestaciones en la calle su forma más vital de expresión en confrontación con el poder y sin la intermediación de la elite ilustrada. Así, los sondeos, copiando la lógica cuantitativa electoral por vía de la extrapolación estadística, permitieron la producción de una “voluntad general” abstracta y aparentemente consensual a la que no se le pide crítica ni discusión.

El problema de la constitución de esas opiniones individuales es un asunto oscuro. Al racionalismo estadístico solamente le interesa la agregación, no de dónde emergen esas opiniones, pues si bien la opinión individual puede ser poco sabia, la agregación le da el toque científico.

Desde el racionalismo crítico Popper (1991) formuló su argumentación contra la noción misma de opinión pública, en un sentido diferente a la negación de la opinión pública por parte de Bourdieu (2003). Popper afirmó que el liberalismo

debe temerle a la opinión vulgar y solamente admite la discusión en el campo de la ciencia, que es donde está la verdad. Con esto también concibe la opinión pública en el ámbito privado, en la mejor tradición del liberalismo y, sobre todo, reserva la discusión racional al campo de la ciencia y no al de la ciudadanía.

Sin ir más lejos en el análisis, es claro que en los sondeos el ciudadano no participa, solamente responde preguntas cerradas y escoge entre opciones. Carentes de un soporte teórico, apenas formulados como un artificio de la opinión pública, el reinado de los sondeos representa la mejor forma de articulación de la opinión pública en tiempos de neoliberalismo. Sin embargo, la manera en que las tecnologías de información y comunicación han venido creando otras lógicas, propone debates diferentes.

## De-construir para construir

No solamente en el marco de las ciencias sociales sino de las *computational sciences* se ha vuelto un asunto central intentar pensar qué noción de opinión pública debe construirse en la sociedad red, en tiempos en que las tecnologías de información y comunicación ponen en el centro de las investigaciones las estructuras y dinámicas sociales de redes digitales. El reto principal lo constituye el hecho de reconocer formas de opinión pública no solamente en el mundo análogo, sino en el digital y en el entrecruzamiento de ambos<sup>2</sup>.

La capa digital de las sociedades contemporáneas le ha añadido nuevos retos a la siempre abierta pregunta por la opinión pública en su carácter de espacio político no institucional de la sociedad civil. Benkler (2006) ha afirmado que la esfera pública ya no está centralizada en los medios de comunicación. A partir de este descentramiento, muchos autores rastrean que los patrones de comunicación digital emergen de los marcos personales de acción (Bennett y Segerberg, 2012) (Agarwal, Bennett, Jhonson y Walker, 2014), de conexiones políticas desde intereses personales (Luque, Cerdá y Sánchez, 2013), del ensamblaje de acciones individuales (Cardón, 2009), y de la comunicación masiva interpersonal (Wu, Hofman, Mason, Watts, 2011), que configuran un nuevo panorama marcado por la enorme disponibilidad de datos y métodos para comprender otras formas de lo colectivo.

2 Lippmann (1922) y Dewey (1927) ya habían puesto la discusión sobre el papel que las tecnologías tenían para ampliar una conversación pública que por el momento estaba reducida a las elites.

La base individual de esta nueva forma de entender la opinión pública no sería equiparable al modelo agregativo. La diferencia radica en que las relaciones entre lo individual/colectivo cambian en la era digital: no se parte de su radical separación, sino de una relación fluida entre ambas, bien sintetizada como formas masivas de comunicación interpersonal.

Esto llega a poner en entredicho la base racional deliberativa de la opinión pública. Nuevas formas de *medir* esa opinión pública surgen del manejo de los grandes datos. Como se verá a continuación, ya no se trata de deliberación, sino de fenómenos de contagio, es decir, la propagación de opiniones reemplazaría a la deliberación y a la agregación de opiniones individuales en la emergencia de la opinión pública. A diferencia de los sondeos, esta nueva opinión pública transita por el entrecruzamiento de redes análogas y digitales a partir de dos elementos cruciales: el ciudadano puede producir contenidos y se conecta con múltiples redes como parte de sus dinámicas de comunicación cotidiana, desde sus computadores o desde dispositivos móviles.

El estudio del tema ha comprometido diferentes perspectivas como el enfoque de la *acción colectiva* (Bennett & Segerber (2012), Segerberg & Bennett (2011), Conover, Ferrara, Menczer, Flammini, (2013), Theocharis (2013), Juris (2012), Luque, Cerdá y Sánchez (2013), Agarwal, Bennett, Jhonson, Walker (2014), Batista (2013), de la *teoría racional de la esfera pública* reseñados por Miralles (2014); además asumen esta perspectiva Smith, Rainie, Himelboin, Shneiderman (2013), Ausserhofer & Maireder (2013), Andrade (2013), Winsvold, (2013) Lin, Keegan, Margolin & Lazer (2014), del *capital social* por Hofer & Aubert (2013), Medina (2011), además de otros y últimamente desde la perspectiva de *las ciencias de la complejidad y ciencias computacionales* por Nizamani, Memon & Galam (2014), González-Bailón, Borge-Holthoefer y Moreno (2013), Ledesma y Velasco (2009), González-Bailón (2013), Toret (2013). El conjunto de trabajos sobre el tema se puede resumir de forma esquemática en el siguiente cuadro, en términos de las formas de concebir y tratar el problema:

Perspectiva	Orden	Fenómenos
Racional/Crítica	Producido	Deliberación, producción de identidad: consenso
Agregativa/Positivista	Medido	Posiciones individuales: estadística
Compleja	Emergente	Posiciones individuales en condiciones de conexión digital: efecto de red

Fuente: elaboración propia.

El papel de los medios sociales en la movilización de los ciudadanos en las protestas, como uno de los fenómenos más visibles de opinión pública, ha sido una pregunta central de varias investigaciones citadas. En ellas se ha intentado establecer cómo los patrones de conexión digital inciden en esas grandes movilizaciones ciudadanas. La gran mayoría está referida a hechos que han emergido *offline* y luego estudian lo digital para observar solamente cómo han escalado *online* y predomina aún una mirada en la que lo digital se piensa como potencial de una mayor y más rápida difusión de opiniones, pero no como una nueva manera de emergencia de esas opiniones.

Eventos tan conocidos como Los Indignados y Occupy Wall Street (OWS) han sido estudiados por la incidencia de Facebook y Twitter, pero se plantean en la lógica del escalamiento y de la aceleración en lo digital y no como una lógica diferente. Ninguno de esos trabajos se ha hecho para entender específicamente la emergencia digital de fenómenos colectivos de opinión pública. Por ejemplo, González-Bailón, Holthoefter & Moreno (2013) dejan claro que las redes *online* no causan los movimientos, pero los mantienen vivos y conectados.

El problema de la opinión pública en Twitter, por ejemplo, ha sido abordado de forma más específica desde el estudio de las dinámicas involucradas en protestas, movilizaciones o campañas, tales como el contagio complejo y la influencia por propagación (González-Bailón, Borge-Holthoefter & Moreno, 2013; González-Bailón, Holthoefter, Rivero, Moreno, 2011; Flórez Díaz, Koster, Lindner & Molina, 2010; Lotan et al, 2011), la coordinación y las dinámicas organizacionales (Bennett y Segerberg, 2012; Theocharis, 2013), y la auto-organización (Toret, 2013).

En cuanto a las explicaciones desde las estructuras, se ha trabajado el papel que tienen los patrones de comunicación en Twitter al dar forma a diferentes modos de conversación (Smith, Rainie, Himelboim, Shneiderman, 2013), pero aunque el campo de observación es lo digital, se trabaja con hechos tomados del mundo *offline* para ver las reacciones en el mundo *online* desde informaciones emitidas por los medios de comunicación tradicionales. En *¿Rising tides or rising stars?*, Lin, Keegan, Margolin & Lazer (2014) comparan los que llaman eventos mediáticos con atención compartida (programados con anticipación) y el *breaking news*. Algo similar hacen Lehmann, Gonçalves, Ramasco & Cattuto (2012) al estudiar las dinámicas de la atención colectiva en Twitter y llegan a una tipología de eventos que separa los inesperados de los programados, en el intento de distinguir las fuentes exógenas y endógenas de la atención. En ambos casos, hay una clara dependencia de los eventos mediáticos.

Fábrega & Sajuria (2013) analizan la emergencia del discurso político en redes digitales desde *data set* tomados del movimiento Occupy Wall Street y por ello mismo su conclusión no podría ser diferente a la de señalar que el proceso de formación del discurso en la era digital no parece ser tan descentralizado y espontáneo como se piensa. Es claro que OWS fue un movimiento originado y coordinado por activistas, aunque en el proceso se hayan sumado muchos ciudadanos de a pie. Trabajar con *data set* de movimientos de protesta la da un sesgo específico al análisis.

Indagando en la política *bottom-up*, González-Bailón (2013) se pregunta cómo las redes *online* formadas por personas conectándose con personas ayudan a hacer emerger formas de compromiso político y ser sostenibles. Según la autora esto se explica por la conectividad y las propiedades estructurales de las redes que ayudan a la gente a auto-organizarse. Sin embargo, y a pesar de que esto parece un avance en la investigación de una nueva lógica de la opinión pública en lo digital, afirma que las redes *online* operan con los mismos mecanismos de sus contrapartes *offline*, con lo cual se evidencia que no se está descubriendo una nueva lógica. La única diferencia es que son fenómenos que escalan a mayor velocidad.

Cardon (2009) plantea un movimiento inverso en la producción de lo colectivo al afirmar que las operaciones de filtro, selección, agregación, coordinación, de incorporación de valores comunes por parte de los individuos y de legitimación en el espacio público, no se da a priori como en el modelo anterior filtrado por autoridades mediáticas y políticas, sino que se da a posteriori de las dinámicas que emergen de la conectividad.

## Volver a pensar el tema

Uno de los asuntos centrales a la hora de pensar las redes digitales, son las nuevas formas de visibilidad. Si lo visible ha sido una dimensión clave en la definición de la opinión pública y de lo público en el mundo análogo de la modernidad (Rabotnikof, 2011), es necesario preguntarse cómo entender de nuevo estas categorías, cuando ha habido un cambio drástico en el régimen de visibilidad, formateado por algoritmos que jerarquizan unos contenidos sobre otros de maneras no necesariamente transparentes (Manovich, 2008; Torres Nabel, 2013).

Esta visibilidad no se puede seguir entendiendo solo a la manera clásica como resultado de fenómenos de influencia (que por cierto continúan bajo otras formas



en la lógica digital), sino como el campo de posibilidad para la emergencia de asuntos de interés colectivo que no pasen o al menos no se queden necesariamente en las agendas de los medios tradicionales y de los intereses partidarios. Hoy una de las claves en las dinámicas sociales asociadas a las plataformas digitales está en el estudio la *atención* como recurso escaso (Gonçalves, Perra, Vespignani, 2011; Rui & Whinston, 2012), como jerarquización de contenidos (Groshek & Clough, 2013), como atención colectiva (Lehman, Gonçalves, Ramasco y Cattuto, 2012; Sasahara et al, 2013; Lin, Keegan, Margolin, Lazer, 2014), como atención popular (Ko, et al, 2014), como focalización (Domenget, 2012). Todo esto se agrupa en un campo conocido como economía de la atención y está asociado a la emergencia de la atención colectiva en Twitter que es definido como estados irregulares frente a los ritmos circadianos (Sasahara et al, 2013). En cualquier caso, los patrones de la atención están ligados a la visibilidad.

Interesa de modo particular entender cómo las nuevas formas de visibilidad desancladas del dominio mediático del discurso público y en presencia de procesos como los mencionados anteriormente, ampliados además a la posible presencia de la sincronización de acciones individuales, permiten la emergencia de asuntos de interés colectivo, como una aproximación inicial a otro modo de entender la opinión pública en el mundo contemporáneo. Si las anteriores maneras de entenderla estaban atadas a la producción racional (los ciudadanos deliberan) o a los fenómenos de agregación (los ciudadanos votan o responden encuestas), lo digital ha hecho que aparezca otro tipo de explicaciones: contagio, epidemia, coordinación, etc. Esas explicaciones, aún aparecen ligadas a formas clásicas de lo colectivo que se entrelazan con metodologías computacionales que permiten trabajar grandes cantidades de datos disponibles.

Una de las propuestas de una nueva opinión pública comienza a ser pensada por Anstead y O’Loughlin (2014) a partir de las técnicas semánticas de investigación online, entendidas como la minería y el análisis de grandes cantidades de datos de los medios sociales por medio del procesamiento del lenguaje natural con el fin de extraer conclusiones sobre la opinión pública, particularmente en el campo político. Este es un método que puede combinar grandes cantidades de datos con la riqueza del análisis cualitativo como parte de investigaciones que observan los comportamientos en situaciones cotidianas sin necesidad del estímulo de preguntas y moderadores. En este sentido, un debate político puede suceder en cualquier interacción social y no en espacios previamente delimitados para esos efectos, pero que igual están bajo la influencia de las normas de uso y los usos sociales de las plataformas. Para estos autores no existe una ontología fija de la opinión pública, sino múltiples maneras de

conocerla. La investigación semántica de las redes sociales *online* permite superar el debate acerca de definiciones de una opinión pública de origen individual o colectivo.

La articulación entre las concepciones de la opinión pública y la realidad empírica muestra actualmente quizás una tendencia a favor de esta última con algunas señales alentadoras de participación ciudadana y es posible seguir la traza de la pugna desde los conceptos por deslegitimarla entre los defensores del modelo deliberativo. Una de las preguntas acuciantes en el mundo académico en la actualidad es si en la sociedad red se puede postular una idea de opinión pública en que el ciudadano sea realmente protagonista y los modos en que tendría lugar ese protagonismo y en interlocución con quiénes. Para ello hay que lidiar con el dilema entre un pensamiento moderno que genera una opinión pública elitista más ligada al poder que al ciudadano o saltar al vacío procurando no caer en las redes del posmodernismo o de las posturas que piensan el fin de las teorías por el imperio del Big Data (Hilbert, 2014). No es fácil. La teoría clásica de la opinión pública es justamente una noción que se debe confrontar con las nuevas realidades para crear algo que no ha sido formulado. La esfera pública ilustrada se presentó siempre como algo superior frente a la levedad de lo representado por la estadística, en términos de teoría crítica y eso pudo haber impedido abrirse a otras formas de entender el asunto. Es hora de indagar en otros espacios. La opinión pública en tiempos de Internet y particularmente de dinámicas de redes digitales requiere un planteamiento que el pensamiento moderno no ha sido capaz de formular hasta el momento.

¿Dónde encontrar ese enfoque cuando está en plena expansión un fenómeno que se desarrolla reventando paradigmas y que evoluciona de forma vertiginosa pero que al mismo tiempo se está tratando de incluir en los que parecen ser los marcos estrechos de teorías tradicionales?

Pensar los efectos que tiene en la idea de la opinión pública la *comunicación no institucionalizada* que transcurre en la dimensión digital conduce a dos posibles rutas: una lleva a pensar si se debe apostar por la reconfiguración de la opinión pública y la otra conduce a pensar si es posible ir más allá e incluso deconstruir o abandonar la noción. De momento, tal vez hay más elementos para pensar en el primer sentido.

Esta realidad planteada por la expansión de la lógica digital ha sido abordada desde la óptica de la *reconfiguración de la opinión pública* de tal manera que la conectividad y las TIC representan un soporte material para prácticas vinculadas con la democracia, el buen gobierno, la deliberación, etc. En la historia de las sucesivas

transformaciones estructurales de la llamada “esfera pública” la base comunicativa material ha sido el motor de cambio (Keane, 1998). Esto significa que las lógicas de la discusión, de la decisión, de la participación, no es que cambien en su filosofía, sino que están literalmente vinculadas al desarrollo de esas tecnologías.

Lo problemático de este enfoque hay que verlo en perspectiva histórica: si bien los avances en las tecnologías de la comunicación han tenido un papel central en la concepción de cambio en las prácticas sociopolíticas, esa concepción del cambio ha estado marcada por una especie de paradoja: por un lado se advierte cierto determinismo tecnológico, pues parecería ser que la explicación última se encontraría en los nuevos artefactos que posibilitan otras formas de comunicación, pero por otro lado esos nuevos artefactos se deben adecuar a las nociones previas de democracia, de lo político, de la deliberación, etc. Esta domesticación del cambio tecnológico ha sido medianamente fructífera (para el poder) hasta la era de la televisión, puesto que la comunicación representada desde la imprenta, la prensa diaria y la televisión, era unilateral y centrada en el control de la voz emisora, estaba formateada de tal manera que aunque los artefactos fueran diferentes, la lógica seguía siendo la misma.

El mundo digital plantea una ruptura de lógica. En esta línea las investigaciones más recientes se pueden situar en las puertas del segundo escenario, el del posible abandono de referentes clásicos en redes digitales. ¿Y qué hacen estas investigaciones? Desprovistas de idealizaciones de las prácticas, por ejemplo las investigaciones acerca de Twitter apenas están intentando establecer de qué tipo de espacio se trata: ¿es solamente un servicio de mensajería, es una red para obtener información, es una red de interacciones, de conversaciones, de cooperación, de contagio, cuáles son sus dinámicas? El énfasis está puesto en desentrañar la naturaleza de las nuevas prácticas que se desprenden de la lógica relacional del mundo digital.

La ausencia de conceptualizaciones de largo alcance es la norma en este tipo de investigación o bien el intento de desprender precipitadamente nuevas conceptualizaciones (Miralles, 2015). En ese sentido, se apunta a documentar las prácticas novedosas, pero este abordaje carece de acierto en pretensiones comprensivas de mayor envergadura para construir la realidad desde la potencia de los datos obtenidos. Esta función predominantemente descriptiva no ha permitido hasta el momento preguntarse lo que sucede a partir de estas nuevas prácticas, por ejemplo si en vez de verlas desde los lentes del viejo concepto de democracia es posible verlas como

*demodynamics*<sup>3</sup> o bien como fenómenos de *sincronización* que se acercan a la idea de democracia directa o incluso al autogobierno.

En cualquier escenario, es necesario preguntarse qué es lo que no se ha hecho desde la perspectiva de las ciencias sociales. Por un lado, desprenderse de las lecturas clásicas, abrirse a lo nuevo. Esto significa abandonar la perspectiva racionalista del consenso y llegar a pensar incluso en impulsos electrónicos que vistos de conjunto podrían sugerir una nueva manera de entender la acción sociopolítica en la era de las redes digitales. Las ciencias de la complejidad serían una fuente de inspiración para investigar este problema social de tal manera que se pueda pensar en otro tipo de totalidad que no tiene nada que ver con el consenso, sino, por ejemplo, con fenómenos de sincronización.

Y ¿qué no se ha hecho desde la perspectiva de las *computational sciences*? Al enfocarse en lecturas del fenómeno desde métricas, dinámicas y estructuras de redes, han detectado algunas prácticas sociales importantes marcadas por lógicas completamente diferentes a las del mundo de la modernidad, pero algo englobante está faltando. Los orígenes de esa ausencia serían motivo de otro tipo de discusión (quiénes están investigando eso y desde qué métodos), pero lo que interesa es señalar la ausencia de nuevas teorizaciones de la opinión pública. Y esto es lo que hace que hoy este sea un campo abierto de posibilidades.

## Referencias

1. Agarwal, S. D., Bennett, W. L., Johnson, C. N., & Walker, S. (2014). A Model of Crowd Enabled Organization: Theory and Methods for Understanding the Role of Twitter in the Occupy Protests. *International Journal of Communication*, 8, 27.
2. Arendt, H. (1996). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
3. Andrade, P. (2013). Sociological ontology of the digital public sphere: the case of Web 2.0/3.0. *Esfera Pública Digital Digital Public Sphere*, 23, 202–216.
4. Anstead & O’Loughlin (2014). En: Cantijoch, Marta; Gibson, Rachel; Ward, Stephen Analyzing Social Media Data and Web Networks. Recuperado de <http://www.ebllib.com>

---

3 Tomada la expresión a partir del campo de los estudios demográficos análogos, también puede estilizarse el sentido de la expresión para tomarlo como demos (pueblo) y dinámicas digitales.

5. Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National politics on twitter: Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society*, 16(3), 291–314. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756050>
6. Batista, J. C. (2013). As apropriações ativistas em sites de redes sociais: um olhar sobre as dinâmicas da ação coletiva no movimento# forasarney. *Compólitica*, 3(1), 29–44.
7. Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks how social production transforms markets and freedom*. New Haven [Conn.]: Yale University Press. Recuperado de <http://site.ebrary.com/id/10170022>
8. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
9. Bourdieu, P. (2003). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Akal.
10. Champagne, P. (1998). *Formar a opinião*. Petrópolis: Editora Vozes.
11. Cardon, D. (2009). Vertus démocratiques de l'Internet. *Repéré À*. Recuperado de <http://www.laviedesidees.fr/Vertus-democratiques-de-l-Internet.html>
12. Conover, M. D., Ferrara, E., Menczer, F., & Flammini, A. (2013). The digital evolution of occupy wall street. *PloS One*, 8(5), e64679.
13. Domenget, J.C. (2012). De l'imperatif de visibilité aux enjeux étiqes. Les usages de twitter par des professionnels du Web. En. Médias Sociaux Enjeux pour la Communication, Proulx, S, Millette, M, Heaton, L. Presses de l'Université du Quebec.
14. Fábrega, J., & Sajuria, J. (2013). The Emergence of Political Discourse on Digital Networks: The Case of the Occupy Movement. *arXiv Preprint arXiv:1308.1176*. Recuperado de <http://arxiv.org/abs/1308.1176>
15. Fraser, N. (1997). Pensando de nuevo la esfera pública. En: Iustitia Interrupta. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
16. Ferry, J.M. (1992). Las transformaciones de la publicidad política. En: Ferry *et al*. El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa.
17. Flores Díaz, R. J., Koster, M., Lindner, I., & Molina, E. (2010). Networks and collective action. Recuperado de <https://orffpruebas.uc3m.es/handle/10016/9940>
18. Gonçalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Modeling users' activity on twitter networks: Validation of dunbar's number. *PloS One*, 6(8), e22656.
19. González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., Rivero, A., & Moreno, Y. (2011). The Dynamics of Protest Recruitment through an Online Network. *Scientific Reports*, 1. Recuperado de <http://doi.org/10.1038/srep00197>
20. González-Bailon, S. (2013). Online social networks and bottom-up politics. *Available at SSRN 2246663*. Recuperado de [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2246663](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2246663)

21. González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., & Moreno, Y. (2013). Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion. *American Behavioral Scientist*, 0002764213479371.
22. Groshek, J., & Clough Groshek, M. (2013). *Agenda Trending: Reciprocity and the Predictive Capacity of Social Networking Sites in Intermedia Agenda Setting across Topics over Time* (No. 15-27). Recuperado de <http://www.librelloph.com/ojs/index.php/mediaandcommunication/article/view/48>
23. Habermas, J. (1989) *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
24. Hilbert, M. (2014). Cómo el Big Data y las Simulaciones Computacionales cambian las ciencias sociales. Recuperado de <http://youtu.be/BSCYR8H5mVE>
25. Hofer, M., & Aubert, V. (2013). Perceived bridging and bonding social capital on Twitter: Differentiating between followers and followees. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2134–2142. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.038>
26. Juris, J. S. (2012). Reflections on #Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation: Reflections on #Occupy Everywhere. *American Ethnologist*, 39(2), 259–279. Recuperado de <http://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>
27. Keane, J. (1998). *The media and democracy*. Cambridge: Polity Press.
28. Ko, J., Kwon, H. W., Kim, H. S., Lee, K., & Choi, M. Y. (2014). Model for Twitter dynamics: Public attention and time series of tweeting. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 404, 142–149. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.physa.2014.02.034>
29. Lin, Y.-R., Keegan, B., Margolin, D., & Lazer, D. (2014). Rising Tides or Rising Stars?: Dynamics of Shared Attention on Twitter during Media Events. *PLoS ONE*, 9(5), e94093. Recuperado de <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0094093>
30. Le Bon, G. (1897/1972). *The crowd: A study of the popular mind*. N.Y.: Viking.
31. Ledesma, M. L., & Velasco, J. L. (2009). Las redes de acción pública como sistemas asociativos complejos: problemas y mecanismos de integración. *REDES: Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, (17), 4.
32. Lehmann, J., Gonçalves, B., Ramasco, J. J., & Cattuto, C. (2012). Dynamical classes of collective attention in twitter. In *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web* (pp. 251–260). ACM. Recuperado de <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2187871>
33. Luque, S. G., Cerdá, J. F. M., & Sánchez, M. O. P. (2013). The 15M Movement. Collective and volatile actions in the political arena. *ESFERA PÚBLICA DIGITAL DIGITAL PUBLIC SPHERE*, 23, 69–81.
34. Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., & others. (2011). The Arab Spring| the revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 31.
35. Manovich, L. (2008). *Software takes command*. Creative Commons. 3.0 United States.

36. Medina, J. I. G.-V. (2011). Una definición estructural de capital social. *REDES. Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 20, 132–160.
37. Mill, J.S. (1861/1993). *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza.
38. Miralles, A.M. (2001). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.
39. Miralles, A.M. (2011). *El miedo al disenso*. Barcelona: Gedisa.
40. Miralles, A.M. (2014). Preguntas sobre la esfera pública en la sociedad red. En: *Desafíos de las ciencias sociales en tiempos de transformación*. Universidad Pontificia Bolivariana. 21–41.
41. Miralles, A.M (2015). Sumergirse en la grieta. Trayecto de una investigación hacia las ciencias de la complejidad. Colección Atenea 2. Universidad Pontificia Bolivariana. (En editorial)
42. Monzón, C. (1997). *Opinión pública, comunicación y política*. Barcelona: Paidós.
43. Nizamani, S., Memon, N., & Galam, S. (2014). From public outrage to the burst of public violence: An epidemic-like model. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 416, 620–630. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.physa.2014.09.006>
44. Nöelle Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Buenos Aires: Paidós.
45. Popper, K. (1991). *Conjeturas y refutaciones*. Buenos Aires: Paidós.
46. Rabotnikof, N. (2011). En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Filosóficas.
47. Sasahara, K., Hirata, Y., Toyoda, M., Kitsuregawa, M., & Aihara, K. (2013). Quantifying Collective Attention from Tweet Stream. *PLoS ONE*, 8(4), e61823. Recuperado de <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0061823>
48. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
49. Smith, M., Rainie, L., Himelboim, I., Shneiderman, B., (2013). The shapes of Twitter crowds. Recuperado de <http://pewinternet.org/Reports/2013/xxxx.aspx>
50. Somers, M. (1996). Narrando y naturalizando la sociedad civil y la teoría de la ciudadanía: el lugar de la cultura política y de la esfera pública. En: *Zona Abierta. Cultura Política*. (77/78). Madrid.
51. Suárez, J.O. (2004). *Syllabus sobre filosofía política*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
52. Theocharis, Y. (2013). The Wealth of (Occupation) Networks? Communication Patterns and Information Distribution in a Twitter Protest Network. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(1), 35–56. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/19331681.2012.701106>

53. Tocqueville, A (2010). *La democracia en América*. Madrid: Trotta.
54. Toret, J. (2013). Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Barcelona. Internet Interdisciplinary Institute. Recuperado de <http://in3.uoc.edu>
55. Winsvold, M. (2013). Deliberation, Competition, or Practice? *Nordicom Review*, 34(1). Recuperado de <http://doi.org/10.2478/nor-2013-0039>
56. Wolton, D. (1998). Las contradicciones de la comunicación política. En: Comunicación y política. Gedisa. Barcelona.
57. Wu, S., Hofman, J. M., Mason, W. A., & Watts, D. J. (2011). Who says what to whom on twitter. In *Proceedings of the 20th international conference on World wide web* (pp. 705–714). ACM. Recuperado de <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1963504>



# Metamorfosis digital: la investigación en la era de la comunicación digital

---

**Érika Jaillier Castrillón**

Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Grupo de Investigación en Comunicación Urbana

GICU

Línea de investigación en Sociedad de la Información y del Conocimiento

## Resumen

---

La comunicación digital ha generado grandes cambios en los estudios de la información y de la comunicación como cuestiones académicas. De hecho, la sociedad misma ha cambiado y encara una dinámica evolución de medios, modos, canales y formatos en los procesos de interacción simbólica que conllevan lo comunicacional. La nueva era de la comunicación relaciona información, conocimientos, acciones, medios y tecnologías. La última de las metamorfosis de la comunicación, ligada a la sociedad post-industrial, o sociedad informacional, y para algunos, Sociedades del Conocimiento, plantea una convergencia de máquinas informáticas, medios, expectativas y necesidades sociales comunicacionales que hacen que la temática de la comunicación fluya hacia lecturas cada vez más interdisciplinarias de la sociedad, de la organización económica, de la vida política, de las estructuras de conocimiento y de difusión de los saberes humanos. Autores como Jutand (JUTAND *et al*, 2013), hablan de una metamorfosis digital que nos lleva a retomar preguntas de grandes mitos de la evolución humana: desde la existencia de seres inertes pensantes (del golem al robot), al

origen del conocimiento humano (desde Prometeo hasta la inteligencia artificial); o el crecimiento de las sociedades desde lo individual hasta la explosión demográfica de nuestros días, en relación con conceptos como el progreso, la era industrial, el consumo, las nuevas lógicas geopolíticas y la desestabilización de las instituciones económicas, políticas y morales.

En este cambio acelerado de nuestras sociedades y de la tecnología, vale la pena hacer una pausa y releer qué han sido y qué son nuestras visiones de la comunicación en esa relación con lo social y lo tecnológico. Plantearse mínimamente la pregunta de qué estamos investigando en este contexto de la comunicación digital y derivar en interrogantes de hacia dónde vamos o podemos avanzar.

Ese es el propósito de este texto que se entrega como fruto de un proceso de investigación sobre el tema de la Comunicación Digital.

**Palabras clave:** Comunicación digital, teorías de la comunicación, información, transformación social, comunicación social.

## Introducción

El Comité Científico del Tratado de las Ciencias y las Técnicas, compuesto por Jacques Rouault, Hubert Fondin y Brigitte Guyot, planteaba en 2003 que era preciso hacer un fondo común de conocimientos en los dominios donde las tecnologías han transformado la producción y la gestión de la información. Añadían que, “al absorber y transformar disciplinas tradicionales como la documentación y la biblioteconomía, las ciencias de la información ocupan un campo aparte, donde se reencuentran con la informática y las ciencias humanas y sociales” (Miège, 2003), se hace necesario deconstruir el objeto de la comunicación digital desde las relaciones básicas que subyacen en el concepto de la comunicación hombre/máquina dentro de un contexto social cada vez más complejo y diverso.

Tal como este comité europeo y norteamericano, puede ser pertinente para América Latina acudir a la relación comunicación-personas-sistemas informacionales e incluso a los trasfondos psicológicos, lingüísticos, filosóficos, sociales y culturales propios, que han marcado el estudio de los problemas comunicacionales mediados

por las tecnologías en los trabajos de investigación local, nacional e internacional que se han efectuado en los últimos años.

Antes de comenzar, es importante revisar dos conceptos claves: información y comunicación.

Al comienzo de los estudios de información y de comunicación, en las primeras décadas del siglo xx, el concepto de información asumía dos lógicas posibles: lo mediático y la información especializada. Las primeras investigaciones en los años 30 se centraban en problemáticas como la relación de los medios con la opinión pública o con las formas de poder social o de comportamiento político a partir de la información: las tácticas de persuasión, la propaganda, los medios de masas, lo que los medios hacían con el público, eran preocupaciones en ese primer momento.

En los años 50, con la posguerra, la comercialización de máquinas cada vez más complejas transforma las perspectivas y genera miradas frente a la interacción, la mediación y la mediatización. Aparecen entonces nuevas acepciones al término de información (Rouault & Miège, 2003, pp.22-23) que cada vez evidencian más la relación/diferenciación entre informar y comunicar.

Hoy, la información, en cuanto a acepciones, es más amplia:

- Mediática
- Especializada
- Calibrada (textual o numérica convertida en códigos predefinidos)
- Alfanumérica (lo que se podría llamar desde otra lógica, lo “textual”)
- Información gráfica, información sonora, información audiovisual
- Sistemas de información: es decir, la adecuación de datos según funciones, procesamientos posibles y generación de respuestas automáticas desde un programa determinado.

Aunque, dice Dominique Wolton (2010), informar no es comunicar. La comunicación se define como proceso, como acción. La definición más general es “común-acción” y “hacer común”. De hecho, ese es el significado de la palabra comunicar, al menos desde su etimología de orígenes latinos. Hacer común y actuar en común va más allá del hecho de transmitir información. No es solo transmitir algo por medio de un cierto lenguaje. Es construir comunidad, es decir, lazos sociales, estructuras sociales con determinadas características. Es construir sociedad gracias a un logos

que es al mismo tiempo capacidad de elaboración desde el pensamiento (*proforicos*) y capacidad de expresión del pensamiento (*endiathetos*) (Jaillier, 2010).

No hay información sin comunicación, así como no hay comunicación sin información: la información es lo que se intercambia, lo que se transmite, lo que trasciende en las relaciones humanas. También lo que gracias a la comunicación como proceso, se convierte en conocimiento y acción.

El acto de comunicar no se traduce por una transferencia de información desde un emisor hacia un destinatario, sino más bien por el modelaje mutuo de un mundo común en medio de una acción conjugada: es nuestra realización social, por el acto de lenguaje, la que da vida a nuestro mundo (...). De hecho, la continua red de gestos conversacionales que implican sus condiciones de satisfacción, se constituye no como útil de comunicación, sino como la verdadera trama sobre la cual se diseña nuestra identidad. (Varela, citado por Quéré, 1991)

Quéré propone ir más allá de la objetividad del mundo y la subjetividad de los agentes para plantear la acción de comunicar como una actividad organizadora, mediada simbólicamente y efectuada conjuntamente por miembros de una comunidad de lenguaje y de acción, dentro del marco de la coordinación de sus acciones prácticas.

Así, la comunicación es un proceso de organización de perspectivas compartidas. Las intenciones y los referentes son emergencias: proceden de un acuerdo (muchas veces tácito), concertado entre los agentes y mediado a la vez por los tiempos, por las prácticas, por los símbolos, por los conceptos y las significaciones públicas. Los objetos y los seres adquieren sentido a través de la construcción misma de las relaciones con un “nosotros” (Quéré, 1991).

Pensar la comunicación desde la interacción humana implica analizar la persona, la reflexividad de los procesos, la racionalidad, la cooperatividad, la relación transaccional y relacional de la comunicación. Sin embargo, también es necesario referirse a la comunicación entre personas mediada por la máquina. Aparecen entonces en la relación hombre-sistema o persona-sistema, los roles de usuario, utilizador, lector, actor social... Y nuevos conceptos frente al tema del espacio y del entorno que es primordial para esa relación común. Y para ello, es preciso volver a los orígenes sociales de la comunicación como campo de saber.

## Comunicación y Ciencias Sociales

El posicionamiento de la comunicación en el seno de las Ciencias Sociales no responde solo a motivos de tipo científico, sino a la necesidad de comprender estos paradigmas desde la interdisciplinariedad, pero marcando la diferencia frente a los componentes sociológicos tradicionales e intentando escapar de los determinismos sociales y tecnológicos.

La comunicación es, ante todo, un fenómeno social. Es vínculo, es origen de prácticas, de representaciones, de construcciones sociales de mundo.

Hablamos de metamorfosis de la comunicación, y en particular de la comunicación digital porque no se trata solo de entender el campo de saber desde lo específico, sino desde su “abrirse a las Ciencias Sociales”, y en ese sentido, desde su transformación a partir de los nuevos problemas sociales que se han generado con su aparición en nuestro mundo.

La metamorfosis —del griego *μετα-* (meta), que indica *alteración*, y *μορφή* (morphè), *forma*—, se da cuando hay variación en las funciones del ser, en su modo de existencia, en su apariencia, en su ser profundo.

Pensar la metamorfosis que conlleva lo digital para la comunicación es contribuir a su mutación. Una mutación es un cambio en la información genética (del genotipo mismo) de un ser vivo, que produce una variación en las características de este y que puede transmitirse a su descendencia. En el caso de la comunicación, la metamorfosis y la mutación se dan cuando se pasa de entenderla como un campo de estudio que busca ser específico y particular, a comprender que es interdisciplinario y por tanto, sujeto al devenir de los problemas sociales, sobre todo cuando nos concentramos en su relación con las tecnologías, y en la relación hombre-máquina. Se hace necesario no solo el cambio de forma, sino el cómo entendemos lo comunicacional en su sentido social más profundo.

Para adentrarnos un poco más en el tema de la metamorfosis de lo digital, es preciso conocer sus últimas tendencias de estudio. Dominique Carré (1996) hace una revisión de los trabajos publicados hasta esta fecha y los clasifica en tres corrientes principales: socio-económica, socio-etnológica (en el sentido antropológico) y socio-política. Los estudios de la primera corriente se centran principalmente en las

condiciones socio-económicas del contexto, como una articulación entre la oferta y la demanda. Analizan especialmente los discursos (de predicción, de anticipación, de acompañamiento o de motivación) que favorecen la producción y la estabilidad de los futuros usuarios. Dichos estudios evocan los trabajos de Jean-Guy Lacroix y de Pierre Mœglin de los inicios de los 90.

Los trabajos de la corriente socio-etnológica, según Carré (1996), analizan principalmente los procesos de construcción de los usos y la apropiación de las técnicas, así como los significados de uso. Retoman los trabajos de Chantal de Gournay, Josiane Jouët, Pierre-Alain Mercier, e Yves Toussaint.

Para finalizar, la corriente socio-política pretende integrar en un mismo marco de análisis los aportes de las otras dos corrientes, considerándolas complementarias y haciendo una propuesta de articulación de los niveles micro y macro sociales. En ella se encuentran los trabajos de Thierry Vedel y André Vitalls.

Por otro lado, Millerand (1998, 1999), así como Breton y Proulx (2002), reagrupan los trabajos sobre TIC en tres momentos cruciales en los que se estructura la formación social de dichos usos: 1) el momento de la difusión y de la adopción de un tecnología determinada, sobre la base del modelo de Everett M. Rogers; 2) el momento de la innovación donde se articula el trabajo de concepción del objeto técnico desarrollado por la escuela de la traducción de la técnica; 3) el momento final de la apropiación efectiva de la técnica por parte de los usuarios.

Surgen entonces dos grandes corrientes: quienes tratan la investigación de la comunicación digital desde las tendencias epistemológicas y quienes la tratan desde las problemáticas.

La investigación de la comunicación digital, centrada en la visión no solo epistemológica, sino de las problemáticas sociales, es un campo en constante dinamismo, presenta una gran variabilidad temática en las últimas dos décadas, sobre todo en relación con problemas sociales. Sin embargo, autores como Francis Jutand, Pierre Lévy, Patrice Flichy y otros expertos en Francia (JUTAND & AL, 2013); Jeremy Rifkin, Howard Rheingold, Clay Shirky, Barry Wellman, Stewart Brand, Henry Jenkins, o Fred Turner en Estados Unidos; Sandra Crucianelli, Guillermo Franco, José Marques de Melo, Hugo Pardo, y fundaciones como Telefónica, Calandria, SIP y otras, en América Latina; así como diversas universidades en puntos cardinales del mundo conocido, vienen trabajando síntesis de temáticas que vale la

pena revisar en esta búsqueda de comprensión sobre lo que es hoy la investigación en comunicación digital.

La comunicación digital es ante todo un fenómeno social. No se trata solo de los dispositivos y sus usos, sino de las lógicas sociales que entran en juego desde la aparición de las tecnologías en red, de la interacción entre su existencia y la transformación de prácticas sociales y culturales de la vida cotidiana. El hecho mismo de que con las funcionalidades informáticas existentes desde el comienzo del milenio, pero sobre todo, desde 2004 con las primeras redes sociales digitales, se pongan a disposición múltiples opciones de interacción humana mediada por los dispositivos, que llevan a crear, compartir contenidos, generar procesos de cocreación en el diseño, en las artes y en la gestión del conocimiento, hace de lo digital una nueva problemática social contemporánea.

La red semántica conlleva prácticas sociales orientadas cada vez más a la figura de un usuario activo, reconocido como potencial generador de contenidos e inmerso en una cultura participativa.

Todo esto ratifica la necesidad de pensar en las mutaciones de la comunicación. De hecho, más de 34 autores y comunidades científicas se han interesado por esas relaciones entre comunicación-tecnologías-sociedad en los últimos diez años. En 2008, se organizó en Quebec el 76° congreso de ACFAS, en el que las discusiones se centraron en temáticas como la Web participativa y colaborativa. Dos años después, comienza toda una reflexión conjunta sobre la posible «Mutación de la Comunicación».

La reflexión plantea como hipótesis la «emergencia de una nueva forma de comunicación social» que Castells (2007) llamó los medios masivos individuales en los que la necesidad de la comunicación interindividual mediatizada se vuelve no solo pública sino masiva, y en la que los procesos tradicionales coexisten con los intercambios *peer to peer*, con los nuevos formatos de escritura y de elaboración transmediática, los *microblogging* y las soledades humanas más complejas en el entorno de los contactos directos cara a cara de la vida cotidiana, así como con nuevas prácticas de participación y de movilización social.

Millerand, Proulx y otros, plantearán como nuevas formas de acción social la participación-reacción (comentarios y foros), la participación-contribución (blogs, tribunas y testimonios) y la participación-sugerencia/propuesta (en el caso de chats y de espacios en donde se convoca la contribución con información y con respuestas a cuestionamientos concretos).

Esta tercera forma de acción social es llamada por Franck Rebillard (pp.353-365 «opción mixta» en la que los ciudadanos se convierten en agentes, tanto como «coeditores como co-creadores de información» (p.357).

Estos cambios en los medios y en la red son solo una parte de la transformación. Pero las temáticas en donde interviene la comunicación digital en los nuevos contextos son múltiples. Tratando de hacer una agrupación y priorización temática, se podrían contemplar asuntos como los siguientes:

- Internet de las cosas
- La Economía inteligente (el *prosumer* y las nuevas formas de *customización* del consumo)
- La red como apoyo a las economías alternativas y los nuevos conceptos de desarrollo
- El conocimiento compartido, colaborativo y en red.
- El cambio de sentido en los conceptos de tiempo, espacio, movilidad y velocidad
- Emergencias societales y socioculturales complejas
- Democracia en Red, *e-government*, gobernanza y transparencia
- Ciudades inteligentes
- Innovación social abierta, desarrollo social y sostenibilidad
- Telemedicina y búsquedas afines de cobertura en salud
- Educación virtual
- Nanociencias, tecnociencias y bioética
- Biopolítica y geopolítica en el mundo en red
- Mediaciones sociales y sociotécnicas en la cultura

Desde estas temáticas, se hace preciso pensar en la comunicación y sus cambios más íntimos:

- La comunicación ya no puede pensarse solo en las lecturas lineales de emisor-mensaje-receptor, ni en relación solo con lo mediático.
- Es necesario desmentir el mito de la comunicación total y transparente que se hace posible por las potencialidades de la técnica y las virtudes de la democratización.
- Los compromisos de la comunicación frente al contexto social deben revisarse: no es solo un intercambio social, es identidad, son compromisos territoriales, compromisos relacionales, es acción común.
- Los nuevos territorios de la comunicación: comunicación animal (ver los trabajos



de Manuel Martín Serrano), la empresa comunicacional, la mundialización de la comunicación, las nuevas “culturas comunicacionales”, la mediación vs. la mediatización; las “nuevas enfermedades” de la comunicación interna, (sobre todo el asunto de pensar la comunicación formal más allá de las relaciones humanas; la presencia de eslabones débiles en la comunicación organizacional, la asimetría de la velocidad entre los diferentes circuitos de la información, las perversiones frente a temas como la responsabilidad social, el rendimiento productivo y la calidad). La solidaridad termina siendo una lógica de las comunidades virtuales, que se convierten en un refugio.

- Frente al periodismo: prácticas diversificadas, una profesión sin límites legales claros; con géneros que son cambiantes y que se hibridan, las rutinas cada vez son más transmidiáticas y menos específicas. Y las reflexiones sobre la propiedad intelectual en los nuevos modos de producción de la información son insuficientes. La desregulación liberal de la red: la comunidad de producción como una forma de desviar el capitalismo informacional neoliberal.
- Las mutaciones de la democracia participativa en las nuevas ciudadanías digitales. Hay nuevas formas de utilización militante de los medios y de las TIC; las lógicas de ciudadanía y comunicación pública hoy viven la mezcla de dos elementos: lo motivacional y la sociabilidad, asuntos que no son únicamente comunicacionales sino que atañen a la interdisciplinariedad social.
- El concepto del “bien común” y del “bienestar común”, ya no es solo una cuestión de los gobiernos, sino algo que debe compartirse y discutirse. Y esto es interesante, pero cambia ciertas lógicas: la democracia de hoy es cada vez menos una cuestión de consensos y cada vez más un asunto de reconocimiento y comprensión del disenso.

Y esto solo por mencionar algunos temas.

## A modo de conclusión...

En vista de esas y de otras temáticas, la revisión epistemológica clásica se queda corta. Así que, a modo de conclusión, solo podemos trazarnos nuevas preguntas:

- ¿Volver a los clásicos? No es volver en términos nostálgicos, sino en términos de reconstrucción de las bases: qué es la información, qué es la comunicación, qué es lo social, qué es la socialización y la sociabilidad con las que construimos

sociedad y cultura. No es retomar las teorías de comienzos del siglo xx sin más. Es restituir su valor en los aspectos que permitieron plantear los límites de las disciplinas y que permiten una verdadera interdisciplinariedad que es lo que fundamente la comunicación como campo de estudio.

- ¿Cómo pensar la comunicación hoy?, ¿qué nuevas lógicas teóricas irán apareciendo en la convergencia e interacción de las diferentes disciplinas en un campo complejo como este?, ¿cómo podrá evolucionar ella misma como campo de estudio o será innecesario que sea una disciplina para su consolidación como ciencia social aplicada?, ¿cómo se innova en ella?, ¿qué otras aristas podrían considerarse para su investigación?, ¿es posible hablar realmente de una metamorfosis de la comunicación como campo de estudio? Y si lo es, ¿cuánto hemos reflexionado sobre esta transformación o mutación?

Autores como Lasswell, Lazarsfeld, Hovland, De Saussure, Pierce, Benjamin, Adorno, Horkheimer y muchos de los llamados “padres” de las corrientes fundadoras de la comunicación cobran significación nuevamente. Sí, es obvia la necesidad de la adaptación a los nuevos contextos. Es obvio también que no son las únicas teorías que pueden tener aplicación hoy. Pero en aras de evitar los determinismos y buscar una perspectiva más global, es necesario retomar muchos de los principios de los maestros para enrutar nuevamente nuestros procesos investigativos y de reflexión conceptual. Sin claridad sobre las bases, tampoco podremos consolidar profesionalmente este campo aún joven de la comunicación. Y en este caso, debemos partir no de pensar la comunicación desde la defensa de una disciplina única, sino desde lo que le da valor en la contemporaneidad: su arraigo interdisciplinario con las Ciencias Sociales. Nuestro trabajo como investigadores apenas comienza, es solo un “brochazo” temporal de lectura que puede transformarse con los nuevos objetos, con los nuevos medios, con los nuevos contenidos.

## Referencias

1. Balle, F. (2005). *Médias & Sociétés*. París: Montchrestien.
2. Casilli, A. (2010), *Les Liaisons Numériques*. La couleur des idées. 336 p.
3. Compiègne, I. (2011). *La société numérique en question(S)*. Paris, Sciences Humaines.
4. Cruccianelli, S. (2013) *Herramientas digitales para periodistas*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>.

5. Fernández Collado, C. & Galguera García, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Tercera edición. México: Mcgraw Hill Interamericana. 446p.
6. Flichy, P. (2003). *L'imaginaire d'Internet*. París: Editions La Découverte.
7. Flichy, P. (2010) *Le sacre de l'amateur: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. París: Seuil.112 p.
8. Franco, G. (2008) *Cómo escribir para la Web*. Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin. Recuperado de [https://knightcenter.utexas.edu/Como\\_escribir\\_para\\_la\\_WEB.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf)
9. Fumero, A. y Roca G. (2007) *Web 2.0*. Fundación Orange, España. Recuperado de <http://blogdelmedio.com/wp-content/uploads/2010/06/antonio-fumero-y-genis-roca-web-2-0-2007.pdf>
10. González-Torre, A.P. (2012) Bioética, bioderecho y biopolítica Una aproximación desde España. En: Criterio Jurídico Garantista. Año 3, (6). Ene.-Jun. de 2012. Fundación Universidad Autónoma de Colombia, Bogotá. Recuperado de [http://www.fuac.edu.co/recursos\\_web/documentos/derecho/revista\\_criterio/articulosgarantista6/02\\_Bioetica.pdf](http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/derecho/revista_criterio/articulosgarantista6/02_Bioetica.pdf)
11. Jenkins H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós
12. Jouët, J. (1989). «Nouvelles Techniques: des formes de la productions sociale. En: Technologies de l'information et la société. Presses de l'Université de Quebec. Société Québécoise de Communication et de Recherche en Informatique et Association Technologies de l'Information et Société. p.13-33.
13. Jouët, J. (1993) «Pratiques de communion: Figures de la médiation» En: Réseaux, 60, Juillet-Aout de 1993, 99-122.
14. Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. En: Réseaux, 100, CNET/ Hérmes. 487 -521.
15. Jouët, J. & Rieffel, R. (dir.) (2013) *S'informer à l'ère numérique*, Presses universitaires de Rennes, coll. «Res Publica».
16. Karpik, L. (2007) *L'économie des singularités*. París: Bibliotheque des Sciences Humaines, Éditions Gallimard.
17. Kitchin, R. (2014) *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences*. London: Sage.
18. Kitchin, R. and Dodge, M. (2011) *Code/Space: Software and Everyday Life*. MIT Press.
19. López García, G. (2005). *Modelos de Comunicación en Internet*. Valencia, España: Tirant Lo Blanch.
20. Lozano, J.C. *Teoría e investigación de la Comunicación de masas*. Monterrey: Pearson Educación.

21. Marques de Melo, J. (2010). Comunicación multicultural en Iberoamérica. Historia contextual y teoría comparada. En: <http://issuu.com/encipecom2/docs/comunicacaomulticultural>. Sao Paulo, Confibercom, ALAIC, SOCICOM, Intercom, Cátedra Unusco de Comunicación..
22. Mercklé, P (2004). Sociologie des réseaux sociaux. Paris: Editions de la Découverte, collection «Repères».
23. Miège, B. (2003). *Communication personnes systèmes informationnels*. Paris: Lavoisier.
24. Pasquali, A. (2007) *Comprender la Comunicación*. Barcelona, España: Gedisa.
25. Quéré, L. (1991). D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. *Réseaux*, 9(46-47), 66-90.
26. Rouault, J., & Miège, B. (2003). *Communication personnes systèmes informationnels - "Chapitre I. Approches et fondements"*. Paris: Lavoisier.
27. Rheingold, H.(2004) *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
28. Rifkin, J. (2014) *La Sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós.
29. Shirky, C. (2011) *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Books.
30. Torrico Villanueva, E. (2004) *Abordajes y periodos de la Teoría de la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
31. Turner, F. (2006). From Counterculture to Cyberculture. Stewart brand, the whole earth network, and the rise of digital utopianism. University Of Chicago.
32. Ure, M. (2010). *Filosofías de la Comunicación en Tiempos Digitales*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.
33. Varios autores (2015). *An Ecomodernist Manifesto*. Recuperado de <http://static1.squarespace.com/static/5515d9f9e4b04d5c3198b7bb/t/552d37bbe4b07a7dd69fcdbb/1429026747046/An+Ecomodernist+Manifesto.pdf>
34. Wellman, B. & Rainie, L. (2012) "Networked: The New Social Operating System Blog". PEW Internet & American Life Project. Recuperado de <http://networked.pewinternet.org/>
35. Wolf, M. (1996). *La Investigación de la Comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Tercera reimpresión. Barcelona, España: Paidós.
36. Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar. Contra la ideología Tecnológica*. Barcelona, España: Gedisa.
37. Zanon, L. (2008) *El imperio digital*. Buenos Aires: Ediciones B.

## **CAPÍTULO 3**

# **POLÍTICAS PÚBLICAS Y EDUCACIÓN SUPERIOR**

---



# De social a sociales, un camino para pensar el país del postconflicto. Pensamiento y acción el espíritu de la investigación social en la UPB

---

## **Beatriz Elena Marín Ochoa**

Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín  
Coordinadora CIECS<sup>1</sup>

Esta es una oportunidad ¡Sí! la oportunidad para contar lo que pensamos, lo que creemos, lo que soñamos, lo que queremos vivir en un país al que, pese a grandes problemas sociales, queremos ayudar a construir desde nuestra convicción de investigadores sociales de la UPB. Este es nuestro pasado, presente y tal vez futuro...

---

<sup>1</sup> Este texto es producto de las reflexiones del Comité de Investigaciones de la Escuela de Ciencias Sociales de la UPB conformado por: el director del Doctorado en Ciencias Sociales de la UPB: Dr. José Roberto Álvarez M.; los directores de los ocho grupos de investigación de la misma: Dra. María Luisa Eschenhagen D., GI Territorio; Dra. Johana Jazmín Zapata P., GI Familia; Dra. Gloria María Jiménez G., GI Trabajo Social; Dra. Beatriz Elena Marín O., GI Comunicación Urbana; Mag. Doris Elena Muñoz Z., GI Gestión de la Comunicación; Dr. Milton Danilo Morales H., GI Psicología Sujeto, Sociedad y Trabajo; Dra. Lina Ma. Álvarez Arboleda, GI Emoción, Cognición y Comportamiento; y el Dr. Omar Muñoz S., GI Epílion. Es presidido por el señor Decano de Escuela, Mag. Ramón Arturo Maya Gualdrón.

## Así se forjaron las Ciencias Sociales en la UPB

*Quien haya hecho sus estudios en la UPB o esté vinculado a ella debe ser: ...  
Una persona comprometida con el desarrollo de la sociedad,  
en quien la competencia profesional no eclipsa la virtud de la humanidad.  
Una persona en quien la transformación social y humana  
sea la meta que busca alcanzar en todo momento.*  
Espíritu Bolivariano (2006)

Desde su nacimiento, la Universidad Pontificia Bolivariana tiene espíritu social, finalidad que marca de forma indeleble su historia de empresa educativa siempre dispuesta a responder a los retos sociales que le plantea la sociedad y el país en la que se inscribe, porque

El espíritu social de la UPB ha tenido dos facetas que se han renovado a lo largo de su historia. Una faceta doctrinal que siempre ha actuado como guía y marco referencial de todas sus iniciativas en el campo social: la Doctrina social de la iglesia... Y una faceta de acciones e iniciativas que han ido surgiendo al ritmo de los acontecimientos políticos y sociales de la ciudad y el país... (Loteró, 2012, p.102)

Un espíritu que estaba marcado por pensamiento y acción social en sus primeros cuarenta años y que se reflejó en el libro *La Cuestión Social* de Monseñor Félix Henao Botero, texto que recogía las reflexiones de grandes pensadores de la iglesia y que fuera el cimiento para crear la Escuela de Servicio Social que daría origen en 1955 a la hoy Facultad de Trabajo Social y el Instituto de Ciencias Sociales, 1959, donde más tarde surgió la Facultad de Sociología.

Esta es la base histórica de lo que hoy es la Escuela de Ciencias Sociales de esta institución, la misma que durante años ha albergado el surgimiento de Facultades, Institutos y Centros que no solo han fortalecido lo social de la Escuela, sino también lo social de la UPB, gracias a la presencia de saberes que se insertaron en la mayoría de las otras Escuelas y al acercamiento cada más fuerte desde áreas tan lejanas como las técnicas.



## **Universidad de docencia que camina hacia la docencia con investigación**

Al crearse el Instituto de Ciencias Sociales en el 59, la UPB se planteó dos objetivos básicos: la investigación de la problemática social y la formación de líderes sociales. Y fue precisamente en el instituto donde se originó un proyecto de estudios demográficos que aportarían a la conformación de lo que hoy conocemos como el Centro de Investigación, Desarrollo e Innovación, CIDI, en 1964.

De ahí que la UPB en su Proyecto Institucional del 2004:

...retomó esta inspiración inicial incluyendo dentro de los pilares de la misión institucional la actividad investigativa como expresión de la búsqueda de la verdad y del conocimiento y como función básica de la universidad, junto con la docencia, la proyección social y la colaboración regional e internacional. (Loteró, 2012, p.188)

Una presencia de lo social en la investigación visto desde la proyección y que nos permite afirmar que: “La concepción de Ciencias Sociales ha tenido una presencia constante en la historia de la investigación de en la Universidad” (Loteró, 2012, p.192).

Que se evidencia en el histórico de desarrollo y crecimiento de la Institución, veamos:

Escuela de Servicio Social	1945
Escuela de Servicio Social UPB	1955
Instituto de Ciencias Sociales	1959
Facultad de Sociología	1959
Facultad de Trabajo Social	1969
Proyecto Estudios Urbanos	1969
Centro de Investigación	1969
Proyecto Estudios Socioeconómicos	1976
Escuela de Ciencias Sociales	1981
Simposio Esc. Ciencias Sociales	1983
Maestría Particip. y Des. Comunitario	1991
Comité Investigaciones ECS	2010
Doctorado de Ciencias Sociales	2012

Si bien la UPB siempre ha sido una Universidad de docencia, en los últimos veinte años fortaleció el campo de la investigación, lo que se ve reflejado en los más de sesenta grupos de investigación existentes, ocho (8) de ellos en la ECS; el fortalecimiento de la formación postgradual de sus docentes de los cerca de 200 doctores con los que cuenta la institución, veintisiete son de nuestra Escuela y el desarrollo y consolidación de programas académicos entre los que se cuentan siete (7) programas de especialización, doce de maestría y un doctorado de Ciencias Sociales.

## Nuestra apuesta de investigación en Ciencias Sociales

Si bien nuestra Escuela es bien particular, pues nuestros saberes son considerados muy pragmáticos para algunos, es reconocido que la teoría, la conceptualización y las metodologías propias de los saberes sociales alimentan y aportan a nuestra reflexión permanente, lo que se evidencia en reflexiones, logros y desarrollos considerados para algunos investigaciones sociales tradicionales, cambios de paradigmas o innovaciones de tipo social.

Los grupos creados entre 1999 y 2014 se caracterizan por tener en el centro al ser humano en relación el territorio, la familia, la comunicación, la psicología, el trabajo, la sociedad, la publicidad y otros saberes de la U del campo social en otras escuelas; de ahí que nuestras líneas de investigación aborden problemáticas tan diversas como:





## Diagnóstico a cinco años de CIECS

Hoy a solo cinco (5) años de creación del CIECS podemos decir con tranquilidad que tenemos una comunidad académica investigativa sólida conformada por ocho (8) grupos, trece (13) semilleros, sesenta y cinco (65) investigadores, veintisiete (27) de ellos doctores, treinta y cinco (35) magisters y seis (6) pasantes de investigación, tres (3) unidades de transferencia, ocho (8) centros, que fortalecen los planes curriculares de los cuatro (4) programas de pregrado y los veintitrés (23) de postgrado incluido nuestro programa de doctorado.

Tenemos presencia en el Macroproceso de Investigación de la UPB como Escuela y aportamos a los programas de *Divulgación Científica*, *Formación Investigativa*, *Fortalecimiento Investigativo*, *UPB Innova* de forma permanente. Además tenemos investigadores activos en los focos de Agua y alimentos, Salud y Tic.

Es una comunidad que desarrolla sus propios métodos de evaluación interna y de acompañamiento a los procesos investigativos, a veces tan engorrosos y poco amables con los investigadores, participa en las discusiones del país sobre los sistemas de medición y apropiación social del conocimiento, y propone ideas que contribuyan a comprender la compleja realidad social y de paso mejorarla.

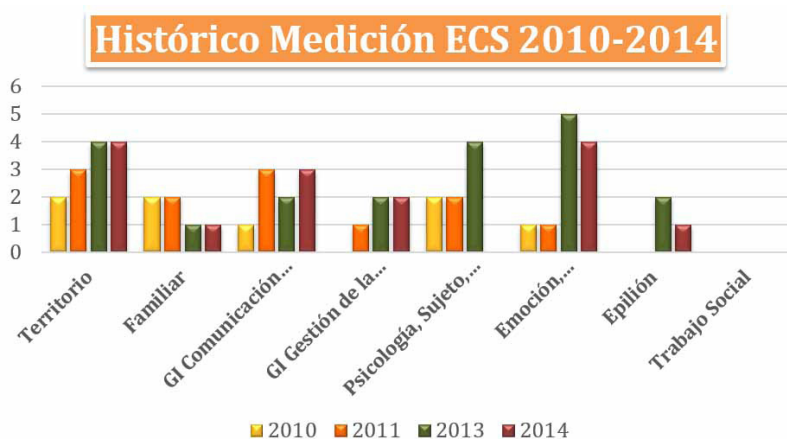
Es crítica con la institución, pero también propositiva sobre la forma como debe mejorar en su apuesta de formación investigativa y en su ejercicio de investigación en sentido estricto. Por eso se pregunta de forma permanente qué es investigación social en la UPB, qué debe ser y para dónde vamos. Qué investigamos y cuál es la pertinencia?

## De mediciones, rankings, convocatorias, y otros demonios

Nunca hemos estado en contra de las mediciones, es más: consideramos que son sanas, importantes y necesarias; lo que vemos con preocupación es la forma como pretenden igualar nuestros procesos y metodologías a los que se desarrollan en otras áreas del conocimiento, como las ciencias básicas o las ciencias de la salud. Nuestros saberes son específicos y por tanto su metodologías son apropiadas de otras maneras.

Escribimos todo el tiempo, pero nunca pensando en la visibilidad científica, sino en el aporte a la sociedad que nos debemos; desarrollamos proyectos no para obtener premios, sino para aportar a la calidad de vida de nuestros congéneres y la nuestra, participamos en espacios de discusión que no exijan reinventarnos, reestudiarlos, reflexionarnos.

Por eso, parece que si bien suele suceder que las mediciones no son justas con quienes evalúa, pareciera que con nosotros simplemente se ensaó.



## En relación con las convocatorias...

Consideramos preocupante que la definición de los proyectos de investigación se realiza en el marco de una metodología que sirve para evaluar el estado de madurez de una tecnología, como si el conocimiento pudiera ser medido en rangos de madurez tecnológica y la traducción que se hace de esta para el modelo de la Universidad. Estos parámetros sirven principalmente para proyectos de áreas exactas o naturales.

Ahora, en relación con las tres modalidades que propone el CIDI desde el concepto de TRL, desde una perspectiva de investigación en ciencias sociales resulta imposible adaptarlo, porque los métodos y las metodologías en estas disciplinas son diferentes para poder responder a comprender fenómenos sociales que no se dejan colocar además en términos de “gestión de la ideas a la de desarrollo experimental/modelístico”, ni pensar en términos de “nueva oportunidad de negocio”.

Por eso llamamos la atención sobre la utilidad de revisar y comparar institutos de investigación en ciencias sociales renombrados a nivel Latinoamericano para observar la manera en cómo realizan la investigación de alto nivel, como FLACSO con sus proyectos de investigación (<http://flacso.org.ar/investigacion/proyectos/>), la CLACSO con sus grupos de trabajo ([http://www.clacso.org.ar/area\\_academica/2c2.php](http://www.clacso.org.ar/area_academica/2c2.php)) o los centros de estudios del COLMEX en México ([http://www.colmex.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=54&Itemid=62](http://www.colmex.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=62)), para reconocer los temas y sus formas de abordaje metodológica, que en ningún momento es predefinida por los institutos, ya que responde a la autonomía y libertad absoluta de cada investigador/a, al igual como los temas elegidos.

Sin embargo, y con la idea de tener una opción propositiva como siempre, una investigadora de la Escuela de Ciencias Sociales intenta traducirlo: el tema es que desde las investigaciones con resultados de aplicabilidad como por ejemplo los de innovación social, esto es claro, pero en relación con las de teoría y desarrollo de pensamiento o de investigación social en sentido estricto, ya no lo es tanto.

Nos preocupan también los criterios de evaluación que hacen referencia a *Pertinencia y posibilidades de transferencia*, cuando se define como “Entendido como la importancia del tema de estudio para la Universidad y su potencial de transferencia de los resultados al medio y que puedan convertirse en una fuente de ingresos para la institución”. Es preocupante que el conocimiento deba tener la connotación de lucro, para que sea pertinente en dicha convocatoria, desconociendo la investigación en las Ciencias Sociales y Humanas indispensables para la realización y sobrevivencia de la especie humana, como se expondrá a continuación.

1. Vemos con preocupación el lenguaje unidimensional y empresarial que se utiliza para hablar sobre investigación, que en el caso de la investigación en ciencias sociales no es tan aplicable, debido a que sus inquietudes son más amplias como lo demuestra el documento fundante del programa del doctorado en Ciencias Sociales (Documento Doctorado Ciencias Sociales UPB, 2010). El estudio de fenómenos como el conflicto, el desplazamiento, la violencia, entre muchos otros, son ejemplos de lo anterior.
2. La investigación en ciencias sociales tiene como objetivo comprender la complejidad de los múltiples fenómenos sociales para ofrecer interpretaciones, herramientas y soluciones a través de bases epistémicas, conceptuales y metodológicas que aporten a la formulación de políticas que posibiliten una sociedad

más justa, con mayores expresiones de convivencia. Para eso se requiere llevar a cabo investigaciones de base, epistémicas-teóricas, que propicien la creación de herramientas y metodologías apropiadas; esto se da en una relación interdependiente entre la teoría —acción— práctica.

3. Además, se ha demostrado a través de muchas investigaciones ya realizadas que el enfoque meramente empresarial y mercantilista de la investigación puede generar una pérdida de integridad e independencia de la universidad frente a sus compromisos y responsabilidades con la sociedad (Pelikan, 1992, Krinsky, 1991). Esto debido a que la capitalización del conocimiento puede estar viciado por intereses económicos que impidan la neutralidad y objetividad de la ciencia (Merton, 1942; Etzkowitz, 1998), como ya se está visualizando en la utilización de las regalías para la ciencia en el país, (ver artículo de Wasserman en el periódico El Tiempo, 11.07.2014).
4. Por lo tanto, para posibilitar un humanismo cristiano, es decir fomentar una formación integral de las personas con un espíritu humanista, científico e investigativo (UPB, 2011), es necesario garantizar procesos de investigación que no estén exclusivamente determinados por racionalidades economicistas y administrativas. El posicionamiento de nuestra Universidad en la sociedad dependerá de la calidad de nuestros análisis de su realidad y estos a su vez, de la capacidad de la institución para tomar decisiones académicas que así lo favorezcan.

Ante los complejos problemas sociales y la manutención de estructuras e instituciones socioeconómicas y políticas obsoletas, se requiere actualizar la teoría social y construir problematizaciones que profundicen el compromiso sobre la finalidad de las ciencias sociales en contextos específicos. Una de las discusiones de punta al respecto, se están dando en torno a lo que se dominan las “ciencias sociales del no-equilibrio” (ver <http://www.nessnet.eu/about-ness/>). Esto remite a la necesidad inaplazable de abordar problematizaciones a partir de perspectiva global, considerando la sociedad como un todo, conforme a dinámica y vínculos internos y externos que adquiere en su devenir histórico en constante movimiento.

## Nuestra apuesta de Universidad

El avance de las Ciencias Sociales, como campo académico y científico, lo han determinado las problemáticas de su propio tiempo y espacio. Hoy en día, cuando la realidad supera las condiciones particulares del análisis disciplinar, es necesario reconsiderar la observación, descripción y explicación de los problemas sociales, lo que significa una reflexión sistemática de las mismas Ciencias Sociales. (UPB, 2010, p. 2)

La investigación en Ciencias Sociales “surge del interés de los contextos académico y social por enfrentar los desafíos de la sociedad contemporánea”. La investigación en Ciencias Sociales “es una oportunidad para estudiar interdisciplinariamente la pluralidad social, de tal forma que es posible interpretar e intervenir los entornos sociales, con el fin de producir conocimiento que responda a los desafíos de la sociedad contemporánea” (UPB, 2010, p. 2).

Por eso solo queda plantearnos los quince interrogantes que el arzobispo de Medellín, Ricardo Tobón Restrepo lanzó a los ciudadanos, sus dirigentes y por supuesto sus investigadores en marzo de 2013 :

- 1). ¿Por qué los medios de comunicación *no informan exactamente la situación de violencia* que se vive en el área metropolitana de Medellín?
- 2). ¿Por qué si alguien denuncia personas vinculadas con la violencia, *estas lo saben inmediatamente*, exigen razones y toman represalias?
- 3). ¿Por qué *nadie logra hacer nada* para que no se sigan vinculando niños y adolescentes a la guerra y no continúe la explotación sexual de niñas en medio del conflicto?
- 4). ¿Por qué las cárceles, en no pocas ocasiones, en lugar de controlar la acción de los delincuentes son el lugar seguro para que ellos *planeen y dirijan las acciones criminales* y terroristas?
- 5). ¿Por qué nadie llega al fondo de eliminar el vínculo entre narcotráfico y violencia, si, como ha dicho una fuente autorizada, el *97% de los asesinatos en Medellín se derivan del narcotráfico*?
- 6). ¿Por qué se sigue hablando de “micro-tráfico” cuando, según datos hechos públicos por los medios de comunicación, se trata de un “negocio” que en Medellín *supera los dos billones de pesos al año* e involucra a un 85% de la población juvenil de las comunas?



- 7). ¿Por qué no se aprovecha mejor la inversión que se hace en educación para que esta *vaya más allá de la transmisión de datos* y se ocupe de lo esencial: enseñar a vivir y a convivir?
- 8). ¿Por qué circulan tantas *armas modernas y sofisticadas*; quién promueve ese negocio; con qué dinero se adquieren; quién adiestra para su manejo?
- 9). ¿Por qué persiste *un índice tan alto de impunidad*; dónde están la verdad y la justicia; se puede permitir una explotación ideológica o económica del dolor de los que sufren?
- 10). ¿Por qué está tan “barata” la “vida” en Medellín, hasta permitir que *con muy poco dinero y sin mayor esfuerzo* se pueda contratar el asesinato de cualquier persona en la ciudad y sus alrededores?
- 11). ¿Por qué mejora la infraestructura pero los niveles de pobreza no bajan; por qué decimos que la ciudad va bien y *la gente está mal?* 12). ¿Por qué la violencia se ha organizado como una verdadera y omnipresente empresa, *con su gerencia bien localizada*, que al fin de cuentas todo el mundo acepta y respeta?
- 13). ¿Por qué si se sabe que *sin la misión de la familia* tal vez no sea posible la convivencia en una sociedad, no se protege de ciertos medios de comunicación, de ideologías adversas y de otros factores de riesgo esta institución natural y fundamental?
- 14). ¿Por qué tantos viajan tranquilos en su barco de egoísmo y de codicia, sabiendo que sin una sociedad equitativa y pacífica finalmente *su barco se va a hundir?*
- 15). ¿Por qué *la Iglesia no logra* con toda su acción evangelizadora una influencia más visible en la formación de las conciencias y en la reconstrucción de una sociedad moralmente enferma?

Y la nuestra...

- 16). ¿Por qué o mejor para qué investigamos en Ciencias Sociales en la Universidad Pontificia Bolivariana y cuándo empezaremos una labor transformadora desde la investigación en Ciencias Sociales que permita construir una mejor sociedad, una mejor Colombia?

## Referencias

1. El Colombiano (2013) *Reflexiones de ciudad sobre las 15 preguntas del Arzobispo*. Medellín: El Colombiano.
2. Etzkowitz, H., A. Webster, C. Gebhardt, & B. R. Cantisano Terra (2000) *The future of the University and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm*. Research Policy, 29, (2), Febrero, 313-330
3. Henao B., F. (Mons.) (2006). *La cuestión social*. Medellín: Ed. Universidad Pontificia Bolivariana.
4. Krimsky, S. (1991) *Academic–corporate ties in biotechnology: a quantitative study* Science Technology and Human Values, 16, 275–287
5. Lotero O., G. (2012) *La Universidad Pontificia Bolivariana 75 años de tradición y renovación*. Medellín: Ed. Universidad Pontificia Bolivariana.
6. Merton, R. (1942) *The normative structure of science*. Reprinted in *The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations*, 1973. Chicago: University of Chicago Press.
7. Pelikan, J. (1992) *The Idea of the University: A Re-examination*. New Haven: Yale University Press.
8. Rodríguez V., L. F. (2006) *El perfil del Bolivariano en el Nuevo Milenio*. Medellín: Ed. Universidad Pontificia Bolivariana.
9. UPB. 2010. Documento maestro del Doctorado de Ciencias Sociales de la Universidad Pontificia Bolivariana
10. UPB. 2011. *Plan de Desarrollo Institucional 2011 – 2013*. Aprobado por acuerdo 02 de marzo, 2011 por el honorable consejo directivo
11. Wasserman, M. (2014) *Hay que revisar las regalías para ciencia, El Tiempo, Colombia* en el periódico El Tiempo, Bogotá.

## Cibergrafía

1. FLACSO. Recuperado de <http://flacso.org.ar/investigacion/proyectos/>
2. CLACSO. Recuperado de: [http://www.clacso.org.ar/area\\_academica/2c2.ph](http://www.clacso.org.ar/area_academica/2c2.ph)
3. COLMEX. Recuperado de [http://www.colmex.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&cid=54&Itemid=62](http://www.colmex.mx/index.php?option=com_content&view=article&cid=54&Itemid=62)
4. Ciencias Sociales del no-equilibrio. Recuperado de <http://www.nessnet.eu/about-ness/>

# Ciencia social digital, *Big Data* y otras promesas para revisar

---

**Lina María Aguirre Jaramillo**

Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Área de investigación: Internet y sociedad

## Resumen

---

En esta ponencia presento temas de discusión acerca de la investigación en ciencias sociales en relación con los recursos digitales actuales, como el *big data*. Incluyo una presentación general de la cuestión, el concepto de ciencia social digital, experiencias en humanidades digitales, retos que comporta la ciencia social digital para la formación universitaria, y propongo tres conclusiones en forma de promesas para revisar en la academia.

**Palabras clave:** ciencia social digital, humanidades digitales, *big data*, minería de datos, Internet y sociedad.

## Introducción

---

La ciencia social digital es un campo de interés investigativo que se desarrolla en diversas líneas atractivas con un enfoque resueltamente interdisciplinario, que

tiende a sacudir de manera saludable los moldes en los cuales han sido separadas tradicionalmente las ciencias sociales y humanas de las ciencias exactas y naturales.

Desde que en 2009 David Lazer, Alex Pentland y otros anunciaron en su artículo de *Science*<sup>1</sup> el surgimiento de la ciencia social computacional, se entiende que esta abarca aproximaciones tanto cuantitativas como cualitativas, enriqueciendo la labor de la investigación —y el consecuente debate a su alrededor— con nuevas fuentes de datos (como aquellos obtenidos de redes sociales y otros medios masivos), nuevas metodologías (como de minería, visualización y análisis semántico), nuevas capacidades de planteamiento de problemas y de obtención de resultados (como aquellas de colaboración científica y *crowdsourcing*), nuevas áreas de estudio (como los estudios en Internet) y nuevas escalas de medición y áreas de influencia (como aquellas con cobertura auténticamente global). Es en este escenario en el cual enmarco el problema de investigación.

## Planteamiento del problema

---

¿Cómo definir ciencia social digital para propósitos de investigación? Con esta pregunta inicial abro una indagación que permite proponer una noción, ámbitos de estudio, relaciones cercanas a otras disciplinas y algunos aspectos abiertos al debate académico en cuanto a su conceptualización y práctica.

## Metodología

---

Se trata de una investigación activa con un trabajo de revisión de fuentes bibliográficas, repositorios en línea, entrevistas con expertos y análisis de casos tanto académicos como de interés periodístico, desarrollada individualmente en Colombia, España, Reino Unido, Estados Unidos. Como referentes principales en la elaboración de la presente ponencia menciono particularmente los estudios de Lazer y Pentland sobre ciencia social computacional y las publicaciones recientes de este último sobre sociedad y *big data*, inteligencia colectiva y minería de la realidad; así mismo, los trabajos de Cioffi-Revilla en ciencia, humanidades y estudios sociales digitales; los

---

1 Ver Lazer *et al.* (2009). Computational Social Science. *Science*. Vol 323 No. 5915. 6 febrero 2009. 721-723. Disponible en <http://www.sciencemag.org/content/323/5915/721.summary> [14agosto2015]

cruciales de Manovich sobre tendencias y el debate sobre el acceso y el análisis de grandes paquetes de datos; y las cuestiones críticas sobre el tema en los trabajos de Boyd y Crawford. El *Companion* de Schreibman, Siemens y Unsworth es referencia importante en humanidades digitales, así como los trabajos de Spiro. Otras fuentes principales incluyen publicaciones regulares de centros de investigación especializada, como el Oxford Internet Institute, el Berkam Center de Harvard, el programa Matrix de Michigan State University y la UC Berkeley School of Information.

## Contenido

La ciencia social digital comprende una serie de disciplinas que conciben de diversas maneras el rol de las tecnologías digitales de información en las ciencias sociales tradicionales. Sus fronteras no están claramente demarcadas y la aplicación de estos términos carece todavía de una coherencia que pueda declarar una definición universal, pero en esta ponencia propongo una noción en la línea que plantea la profesora Lisa Spiro, de Rice University, quien habla de *digital social sciences*<sup>2</sup> como un paraguas (o sombrilla, depende del clima de la discusión) que abarca las distintas aproximaciones a la relación ciencias sociales-herramientas digitales desde una perspectiva académica.

Tales aproximaciones pueden agruparse en cuatro grandes grupos, los cuales describo brevemente a continuación:

- Aquellas que se ocupan de proveer la infraestructura para la investigación con una carga intensa de componente computacional de realización y distribución. En este caso se encuentran iniciativas a gran escala, que involucran plataformas para apoyar la investigación existente —o propiciar la creación de nuevas metodologías— en ciencias sociales con acceso a redes computacionales dedicadas que faciliten ejercicios como la simulación, el análisis estadístico, el análisis cualitativo. Un ejemplo de este tipo de iniciativa es el programa británico ESRC (Economic and Social Research Council), que incluye, desde su fundación en 2004, un punto de conexiones con doce nodos de servicios y tecnologías innovadores para promover, en sus términos institucionales, más ciencia, de forma más rápida y más colaborativa.

2 Información disponible en <http://aclr.ala.org/dh/2014/04/09/defining-digital-social-sciences/>. [14agosto2015]

- Aquellas que se ocupan de recabar información para el análisis computacional, basado en datos, orientados a fenómenos culturales. En este caso se encuentran los trabajos en los cuales los grupos de investigación hacen uso de bases de datos masivas de información electrónica para estudios que abordan diversas facetas del comportamiento humano. Por ejemplo, los estudios en los cuales se analiza el material individual o colectivo publicado en las redes sociales, como *posts* en Facebook, *tweets* en Twitter, imágenes en medios como Instagram, Pinterest, Flickr, patrones de acciones de compartir en sitios como Snapchat; así como los materiales publicados en los *blogs* y las tendencias de búsqueda en línea en motores como Google.
- Aquellas que se ocupan de apoyar la curaduría, el análisis y la difusión de materiales culturales. En este caso se encuentran los trabajos en los cuales los grupos de investigación exploran los principios, los métodos, las prácticas, la relevancia y las problemáticas asociadas al papel de las tecnologías digitales a la hora de preservar creaciones culturales, por ejemplo en instituciones históricas o artísticas, como museos y bibliotecas. En este campo, Rice contempla materiales culturales de tradición, de herencia, como la Cultural Heritage Informatics Initiative<sup>3</sup>. Yo incluyo aquí, no obstante, también materiales contemporáneos, como los archivos de los Premios Webby, concedidos desde 1996 como una iniciativa de la Academia de las Artes y Ciencias Digitales (IADAS)<sup>4</sup> o el UK Web Archive<sup>5</sup>, que selecciona y preserva sitios web británicos agrupados en siete categorías.
- Aquellas que se ocupan de proveer bases teóricas y experimentales para estudios sobre Internet, sean estos sociales, políticos, técnicos, psicológicos, económicos, de comunicación o insertos en el marco de los estudios culturales.

En este caso se encuentran los trabajos en los cuales los grupos de investigación exploran, documentan, aplican modelos, visualizan y analizan diversos elementos implicados en la creación, la difusión y el uso de Internet, de la World Wide Web y otros sistemas de información y comunicación asociados. Este es un campo particularmente activo e interdisciplinario, como se puede constatar en el trabajo que llevan a cabo el Berkman Center for Internet & Society y Nieman Lab, de la Universidad de Harvard; MIT MediaLab; Matrix, de la Universidad del Estado de Michigan; Center for Science, Technology and Medicine, de Berkeley; NULab for Text, Maps and Networks, de Northeastern University; Oxford Internet y Reuters Institute for

3 Programa administrativo en asocio con el departamento de Antropología y Matrix, de Michigan State University. Información disponible en <http://chi.anthropology.msu.edu>. [14agosto2015]

4 Información disponible en <http://www.webbyawards.com>. [14agosto2015]

5 Información disponible en <http://www.webarchive.org.uk/ukwa/>. [14agosto2015]

the Study of Journalism, de la Universidad de Oxford, para mencionar algunos de alto reconocimiento internacional<sup>6</sup>.

## Humanidades digitales

Al elaborar una cartografía de la ciencia social digital es preciso tener en cuenta el origen y el desarrollo de las llamadas humanidades digitales, un campo igualmente fascinante de investigación que viene en crecimiento desde la década pasada. Aunque tampoco puede decirse que tenga claramente trazadas sus fronteras, como ya se ha advertido acerca de la ciencia social digital, propongo una definición análoga: las humanidades digitales comprenden una serie de disciplinas que conciben de diversas maneras el rol de las tecnologías digitales de información en las humanidades tradicionales.

En muchos casos, los estudios de humanidades digitales convergen con los de las ciencias sociales digitales y la clasificación de cinco categorías metodológicas que propone Cioffi-Revilla (Center for Social Complexity, Universidad George Mason) para las últimas puede aplicarse igualmente para las primeras:

- Extracción automatizada de datos para hacer minería (revisión detallada con programas informáticos especializados) de textos, para evaluar y anticipar tendencias, analizar el discurso, en los cuales se emplea el conocimiento computacional, literario y de estudios políticos, por ejemplo.
- Análisis de redes diversas para comprender mejor la formación, los antecedentes y el funcionamiento de las organizaciones, aplicado a estudios sobre redes diversas: de servicios públicos, de conocimiento, de clases socioeconómicas en ciudades y suburbios, de empresas públicas y privadas, de grupos criminales y movimientos terroristas. Aquí los programas informáticos pueden emplearse para el acopio y la visualización de datos sobre las organizaciones, para efectuar los correspondientes estudios sociológicos, de política pública, gobierno, así como estudios de representación (textual, visual, artística) de las mismas y de las consideraciones éticas que estos conllevan.

6 Cabe mencionar aquí el caso del Folger Institute y Shakespeare Library en Washington, con su sofisticada red de recursos de investigación en línea, rediseñada en su totalidad a partir de 2015. Información disponible en <http://www.folger.edu>. [14agosto2015]

- Análisis geoespacial para correlacionar datos provistos por sistemas de geolocalización y rastreo de fenómenos sociales, como ocurre con estudios que analizan, con base en información de coordenadas espaciales, el surgimiento y la diseminación de problemas de salud pública, epidemias, protestas públicas, cadenas de solidaridad o fenómenos de diseminación de ideas entre grupos en pequeña, mediana y larga escala.
- Modelación compleja que aplica herramientas matemáticas computarizadas para analizar diversos tipos de sistemas, sus puntos de equilibrio y perturbaciones, como los estudios en los cuales se analizan los ciclos del mercado, con sus fluctuaciones, especulaciones; las irrupciones de movimientos violentos, la incidencia de los ataques y la respuesta por parte de las fuerzas de control; el cambio climático y los desastres naturales, con sus correspondientes impactos; la transmisión, los hitos y los puntos de quiebre en la transformación del lenguaje, de las corrientes artísticas, las escuelas de pensamiento, las creencias y las prácticas religiosas.
- Modelación de simulación social de escenarios en los cuales se modifican las variables y los agentes intervinientes, como en el caso de los estudios que, con base en información recopilada a la fecha, predicen posibles cambios sociales, las respuestas de las organizaciones a los mismos, las necesidades de las comunidades frente a situaciones como el cambio climático, las amenazas terroristas, las crisis económicas, por ejemplo. De forma muy interesante, estos ejercicios de simulación también pueden aplicarse de manera retrospectiva, para ampliar la comprensión, con nuevas herramientas disponibles actualmente, los hechos, los protagonistas y las circunstancias alrededor de la circulación de ideas, textos, proclamas políticas, decretos monárquicos y parlamentarios, dictámenes eclesiásticos y panfletos populares en periodos históricos como la era de los descubrimientos, la Revolución científica, la Ilustración, las empresas coloniales, la abolición de la esclavitud, las revoluciones comunistas o el *baby boom* de la postguerra en el siglo xx.

## Conclusiones

Si el mundo es un mundo de oportunidades para la investigación auténticamente interdisciplinaria humanística, social, computacional, ¿cuáles son las promesas que esta situación ofrece a quienes trabajamos en estas áreas? Propongo tres para revisar a manera de conclusión.



- El campo de trabajo se ha ampliado con el surgimiento de nuevos temas para abordar, a la par de nuevos enfoques y recursos para considerar “viejos” temas. En donde antes había solamente mapas, ahora existe también un mapeo. Esta es una simplificación que me tomo la libertad de usar para dar a entender cómo unidades temáticas que por siglos han sido objeto de estudio individual y cruzado con la teología, la filosofía, las ciencias exactas, las naturales, así como la historia, la geografía, la literatura, la política, el arte, la economía, la etnografía y otras disciplinas sociales y humanísticas, hasta estudios contemporáneos sobre migraciones y por supuesto inspirando la creación de recursos como Google Maps y Google Ngram, son hoy también un objeto de estudio entendido como rastreo y análisis detallado, en tiempo real, susceptible de ser simulado, modelado, entendido individualmente y en interacciones de múltiples variables, sometido a proyectos colaborativos académicos tipo *crowdsourcing* por personas que pueden acceder al objeto de estudio no solamente de forma presencial sino desde una pantalla de computador, en una ubicación lejana pero con la programación necesaria para extraer información de alta definición y riqueza informativa. Teniendo en cuenta todo lo anterior, es necesario preguntarse de qué formas y de cuáles recursos disponen —o no— los grupos profesionales de las ciencias sociales y humanas para reconocerlo, indagar por él y proponerlo entre sus intereses, cómo replantean elementos de sus aparatos críticos y si dichos grupos están preparados para jugar allí un papel protagónico, un papel instrumental o un papel no activo.
- Los medios sociales componen un campo de trabajo en sí mismo, habida cuenta de su crecimiento y penetración. Facebook y Twitter no son los únicos medios sociales pero sí dos elocuentes ejemplos de cómo se han alterado, en una década, el esquema de producción, selección y distribución de información, la noción de fuente autorizada, la noción de contenidos multiformato y multisoporte. De forma igualmente reveladora, estos medios han expandido su uso mediante aplicativos móviles (apps), conformando un binomio afianzado por el aumento del uso de dispositivos como teléfonos de última generación y tabletas, todo lo cual presenta un ecosistema cambiado y cambiante para el estudio desde, por ejemplo, los retos inminentes de la prensa y los medios de comunicación, en cuanto a su misión periodística, su posición en la industria y sus perspectivas de permanencia en el futuro, hasta debates que invocan preguntas necesarias sobre la identidad y la privacidad del individuo en el siglo XXI, la seguridad en línea, el alcance de los programas de vigilancia y espionaje de los gobiernos y el

ascenso de “silos” tecnológicos (como los aplicativos antes mencionados) que funcionan básicamente como sistemas cerrados en equipos móviles, en oposición a la creación abierta en sitios web disponibles ampliamente en cualquier tipo de equipo que disponga de una conexión a Internet.

- *Big data* es un tema de agenda en las ciencias sociales y las humanidades digitales, pero aún no está del todo claro qué y cómo hacer con este.

En términos simples computacionales, *big data* se define como conjuntos de datos cuyo tamaño excede la capacidad de un procesador común (equipo + *software*) para capturarlos, almacenarlos, administrarlos y procesarlos en un periodo tolerable de tiempo. Ese tamaño puede medirse, actualmente, desde *terabytes* a *pentabytes*.

*Big data* es realmente *big* como tema. Podría decirse que se ha instalado en la agenda del presente lustro, aunque ya desde 2008 la revista *Wired* hacía referencia al impacto de la acumulación y la comprensión de cantidades masivas de datos. El mundo se vuelve cada vez más digital y el número de datos —y metadatos— producidos por la actividad en línea diversa, transaccional, interactiva, en forma de repositorios o los miles de millones de textos e imágenes que la humanidad está colgando voluntariamente en la web se incrementa exponencialmente.

Entre los años 2012 y 2014 la retórica predominante en distintos puntos de referencia en Europa, Asia y América ha sido aquella que adjudica a la destreza en la administración de *big data* una importancia máxima en relación con el aprovechamiento de las posibilidades de la red. *Big data* como el tesoro escondido para usos comerciales o gubernamentales, pero también como materia prima para estudios en las ciencias exactas (experimentos con la información arrojada por los colisionadores de partículas como LHC en Suiza o los telescopios y sondas espaciales) o en las ciencias naturales (estudios de océanos, capas polares, comportamientos de especies y experimentos colaborativos con material biológico). También en las ciencias sociales y en las humanidades, como en análisis de manuscritos y textos antiguos digitalizados, de piezas musicales, obras de arte, de publicaciones periódicas de siglos anteriores, de artefactos culturales no canónicos catalogados en depósitos sistematizados (o en proceso de ser sistematizados), historias clínicas, archivos policiales de décadas y siglos precedentes, archivos universitarios antiguos y materiales contemporáneos como imágenes, textos, *likes*, *retweets*, contenidos, etiquetas y comentarios en fotos y videos publicados en línea, metadatos recogidos en el uso de aplicativos móviles y, en general, el estudio de contenidos web a gran escala.

Aunque está claro que el mundo produce datos en volúmenes y a una velocidad sin precedentes, derivados de su actividad constante en línea, no existe un acuerdo

sobre el significado real que puede extraerse de los mismos, quiénes están en capacidad de hacerlo y, por extensión, acerca de cómo convertirlos en insumos para la investigación, particularmente en las áreas sociales y humanísticas.

La academia no puede ignorar tal fenómeno de producción pero necesita diseñar sistemas especializados para filtrar e interpretar sus resultados. En ese sentido, ya en 2011 Lev Manovich, en su ensayo “Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data”<sup>7</sup> anticipaba un valioso análisis comparado de las posibilidades de investigación en este terreno, el cual destaco por dos razones principales: la primera es que se basa en su propia experiencia, usando vastos conjuntos de datos como parte de las actividades del programa Software Studies Initiative (en California y actualmente también en Nueva York) desde 2007, y la segunda es que construye un marco de estudio sobre aspectos cuya relevancia describo a continuación de forma resumida:

- Las diferencias entre la investigación de “datos superficiales” y la de “datos profundos” cuando se usan recursos informáticos disponibles actualmente. Como señala Manovich, en el siglo xx los primeros eran obtenidos por quienes se ocupaban de investigaciones en las cuales se accedía a muestras extensas, como las de poblaciones de censos o mediciones de audiencias, sugiriendo actitudes y tendencias generales; y los segundos por quienes trabajaban de cerca con comunidades pequeñas en proyectos de antropología, sociología, psicología o comunicación para el desarrollo, ofreciendo conclusiones particulares susceptibles de ser aplicables en muestras ampliadas.

En el siglo xxi, si un grupo trabaja con una muestra a gran escala (videos, *posts*, *tweets* sobre manifestaciones públicas masivas, como las ocurridas en Egipto en la plaza Tahir durante la llamada Primavera árabe, por ejemplo) puede ofrecer, al mismo tiempo, tanto resultados generales como particulares, el análisis superficial como detallado, y es probable que este difiera del que haga un grupo de investigación que trabaje con datos obtenidos *in situ* mediante el seguimiento y entrevistas personales con sujetos participantes en los hechos.

De otro lado, el acceso a datos cualificados genera una división en las posibilidades de investigación de los grupos que tienen y aquellos que no tienen recursos —de conocimiento y técnicos— para obtener y procesar información mediante sistemas tecnológicos especializados.

---

7 Información disponible en <http://manovich.net/index.php/projects/trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data>. [14agosto2015]

Me sirvo de la información anterior para introducir el último punto de esta ponencia: dicha división es un reto para la formación universitaria. La rápida sucesión de cambios en la construcción y la distribución de información, mediada por los sistemas de Internet y la web exigen, a mi modo de ver, dos componentes importantes en la formación: una educación en análisis crítico de fenómenos sociales y humanísticos interrelacionados con las tecnologías de la información y la comunicación, que actualice aparatos teóricos y prácticos tradicionales de ambas escuelas, y una educación en ciencia computacional que actualice no solamente los planes de estudio sino también el necesario debate académico sobre conceptos como instrumentalización, científicación, positivismo e incluso el valor de los análisis cuantitativos.

Estas cuestiones ciertamente están vigentes en las academias de los Estados Unidos, Asia y Europa, pero al mismo tiempo son pertinentes en países que van desde México hasta Argentina o Chile, en los cuales se ponen en debate, como ha propuesto este simposio en algunos de sus apartes, una serie de asuntos asociados a la internacionalización de la formación universitaria, particularmente en ciencias sociales, las estructuras de política científica con sus correspondientes baremos, las formas de comunicación, consumo e individualidad en las sociedades contemporáneas.

El actual es un momento crucial para debatir también acerca de los presupuestos teóricos desde los cuales se propone evaluar la investigación social en nuestras escuelas, sus referencias, evidencias, prejuicios e inseguridades, al tiempo que las oportunidades que abren los ejercicios que aprovechan las posibilidades enriquecidas de indagación incorporando métodos genuinos interdisciplinarios de las ciencias exactas, naturales y sociales, así como las opciones sin precedentes de nuevos problemas y prácticas de investigación intervenidos por la informática tanto en su componente técnico como en su componente precisamente social, en la red.

## Referencias

---

1. Banks, S., Lempert, R., y Popper, S. (2002). Making Computational Social Science Effective Epistemology, Methodology, and Technology. *Social Science Computer Review*, 20(4), 377-388.
2. Boyd, D., y Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, communication & society*, 15(5), 662-679.

3. Cioffi-Revilla, C. (2010). Computational social science. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics*, 2(3), 259-271.
4. Conte, R., Gilbert, N., Bonelli, G., Cioffi-Revilla, C., Deffuant, G., Kertesz, J., y Helbing, D. (2012). Manifesto of computational social science. *The European Physical Journal Special Topics*, 214(1), 325-346.
5. Kranjek, A. (2010-2011). Computational Social Science. *Seminario*. Recuperado de [http://mafija.fmf.uni-lj.si/seminar/files/2010\\_2011/1-Computational\\_Social\\_Science.pdf](http://mafija.fmf.uni-lj.si/seminar/files/2010_2011/1-Computational_Social_Science.pdf).
6. Lazer *et al.* (2009). Computational Social Science. *Science*, 323(5915). Recuperado de <http://www.sciencemag.org/content/323/5915/721.summary>.
7. Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Nueva York: Bloomsbury.
8. Schreibman, S., Siemens, R., y Unsworth, J. (Eds.). (2008). *A companion to digital humanities*. New Jersey: John Wiley & Sons-Blackwell.
9. Spiro, L. (2012). "This Is Why We Fight": Defining the Values of the Digital Humanities. *Debates in the Digital Humanities*, 16.



# ¿Investigación y docencia? En la perspectiva de una cultura investigativa

---

## Wilfrido Zúñiga Rodríguez

Colombia

Docente de la Universidad Católica de Oriente

Integrante del grupo de investigación *Humanitas*

Línea de investigación: Cultura y religión y literatura y filosofía

## Resumen

---

La función primordial de la investigación es resolver problemas del contexto. La dimensión de la docencia es enseñar a pensar como posibilidad de transformar al individuo y a la sociedad. Hoy ha tomado importancia el binomio investigación y docencia con el objetivo de que sean dos dimensiones que permitan completarse mutuamente. Este objetivo es desconocido y olvidado con facilidad por la precaria necesidad de imponer que el investigador sea necesariamente docente o viceversa. Es frecuente que el investigador y el docente, de manera equivalente, no se den cuenta de que se están moviendo y desplazando en un contexto de características y condiciones específicas; este descuido tiene resultados graves.

El presente texto muestra brevemente que es nocivo imponer al docente universitario que investigue cueste lo que cueste. Para tal efecto, se hace necesario reflexionar mediante la pregunta *¿cómo establecer la unidad entre investigación y docencia universitaria?*, con el fin de mostrar que se olvida con facilidad que hablar de investigación y hablar de docencia son dos cosas distintas y que, por lo tanto, unir

estas dos actividades implica establecer diferencias y herramientas que permitan caminar por dos senderos distintos, aunque esto no quiere decir que no tengan al final un punto en común y por eso se llega a la conclusión de que ese punto en común está soportado por la *búsqueda de conocimiento*.

**Palabras clave:** competencias, criterios, enfoque y cultura.

## Introducción

El establecer una unidad entre *investigación* y *docencia* universitaria es una *utopía*. Pero, si se entiende *utopía* como “proyecto, ideal, meta inalcanzable” no hay que preocuparse, porque vistas así las cosas se tiene la noble intención que proporciona el complemento de la definición de *utopía*: “lo que proporciona caminar”. En ese sentido, la búsqueda de la unidad entre *investigación* y *docencia* es un *caminar*. Un *caminar* que además permite construir cultura o comunidad de conocimientos. Esta noble intención empezó a gestarse a partir de los planteamientos del documento CONPES 3582 del 27 de abril del 2009, que propuso que la cultura científica y tecnológica se puede entender como “la apropiación social del conocimiento”, de tal manera que

la comunidad científica y tecnológica, quienes toman decisiones sobre ciencia y tecnología, los medios de comunicación y el público en general, se apropien del conocimiento y desarrollen una mayor capacidad de análisis crítico sobre la ciencia, la tecnología y sus relaciones con la sociedad y la naturaleza. (2009, p.28)

Esta es una propuesta de desarrollo que tiene como objetivo a mediano y largo plazo la Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia. Sin embargo, no podemos olvidar que la *cultura investigativa* implica establecer criterios y parámetros que posibiliten el desarrollo de competencias y prácticas de los agentes que intervienen en el campo de la *investigación* y de la *docencia* universitaria. Además implica que frente a los cambios sociales y culturales, producto del ritmo vertiginoso del tiempo, se hagan necesarios nuevos métodos y nuevas metodologías; como expone Drewermann: “nuevos conocimientos dan paso a nuevas tecnologías que modifican la vida social y cultural” (2010, p.68).



## Planteamiento del problema

La búsqueda de la unidad entre *investigación* y *docencia* universitaria implica para las universidades el reto de resaltar dos aspectos relevantes y esenciales que enseñó la filosofía de Sócrates:

- a) el arte de mostrar la indigencia de los conocimientos de los oyentes;
- b) el arte de la dialéctica: todo lo que el maestro dice debe surgir de sus alumnos: no debe contar lo que sabe, sino —en lo posible— reproducir el modo en que alcanzó su propio conocimiento. (Sócrates citado por Apel, 2013, p.42)

El presente planteamiento del problema consta de dos partes. En la primera parte se pretende realizar una breve reflexión a partir de los deseos de unir y mostrar algunas diferencias entre investigación y docencia universitaria bajo la perspectiva de la pregunta rectora de esta primera parte, que es ¿cómo establecer una unidad entre investigación y docencia universitaria? En un segundo momento se realiza una breve reflexión desde la noción de *enfoque* en el contexto de la investigación y de la docencia, con el propósito de generar ideas que contribuyan a la creación de una cultura investigativa.

## Metodología

El presente texto se construyó a partir de las distintas perspectivas teóricas de cada uno de los autores referenciados. En ese sentido, las respectivas consultas teóricas hicieron posible reflexionar a partir de la pregunta problematizadora ¿cómo establecer una unidad entre investigación y docencia universitaria?, como una manera de establecer criterios de unificación y diferenciación en lo que respecta a la investigación y la docencia universitaria de hoy.

## Contenido

### ¿Cómo establecer una unidad entre investigación y docencia universitaria?

En consonancia con la articulación de *investigación* y *docencia* universitaria aparece la necesidad de establecer criterios. Criterios que implican la renovación del ejercicio de la *transmisión* del conocimiento. Esto, articulado con la *investigación* universitaria, pone en tela de juicio lo que presentan en algunas universidades del Área Metropolitana de Medellín o encierra un sinnúmero de inconvenientes, vacíos y muchas deficiencias con relación a la *investigación* y a la *docencia*, particularmente a nivel universitario, porque en ocasiones los docentes son forzados a realizar tareas impuestas, es decir, a formular proyectos de investigación en ocasiones para cumplir con una exigencia y un requisito.

Es pertinente aclarar que aquí no se trata de hacer ningún juicio moral a ninguna universidad, sino más bien de pensar que a partir de este ejemplo pueden establecerse los criterios para la unidad entre *investigación* y *docencia*, que inicia en la toma de consciencia de las clases magistrales que se imparten en las aulas de clase y permite el desarrollo del ideal *investigador-docente, docente e investigador* universitario. Por tal motivo, “la unidad de investigación y docencia se descubre en el profesor que investiga y que no enseña lo que sabe sino cómo ha adquirido ese saber” (Kleint, 2008, p.156). Con base en el pilar fundamental de una sociedad de conocimiento para formar personas con pensamiento y cultura investigativa, es necesario y urgente, para lograr el objetivo que propone el CONPES 3582, “promover cambios de actitud y creencias frente al quehacer investigativo y de docencia en el perfil de nuevas perspectivas universitarias” (2009, p.25).

Se requiere la construcción de una *cultura investigativa* que no esté fundamentada en modelos extranjeros, porque se corre el riesgo de centrar la tarea de la *investigación* y de la *docencia* en la búsqueda de las soluciones de las *consecuencias* y no en las *causas* de los problemas culturales, debido a que una *cultura investigativa* “comprende, como toda manifestación cultural, organizaciones, actitudes, valores, objetos, métodos y técnicas, todo en relación con la investigación, así como la transmisión de la investigación o pedagogía de la misma” (Restrepo, 2010, p.19).

De esta manera, la *cultura* del *docente universitario* estará basada únicamente en la tradición de transmitir conocimientos, más no generar conocimientos. En consecuencia, la *docencia* será asumida y desarrollada también al poder dominar

temas sobre conocimientos establecidos sin cuestionar qué hay más allá acerca de lo transmitido, posiblemente olvidándose de que la posesión más valiosa que tiene el ser humano es el interés constante en conocer, aun cuando dicho interés acrecienta el sentimiento de que el conocimiento lo excede.

Por tal motivo, dependerá de la disposición y la apertura al cambio de dichos agentes el logro de una cultura científica y tecnológica como la que busca promover la política nacional de ciencia, tecnología e innovación. Pero, cuando se habla de *investigación* en las universidades se relaciona dicha práctica con el *progreso*, concepto complejo que atenta contra la vida humana y todo aquello con lo que esta se relaciona en el mundo. Como dice el genetista-investigador colombiano Yunis (2009):

Poco importa si ese progreso y desarrollo va de la mano con la destrucción de la naturaleza, con todos los males que se viven en ese ámbito como anuncio de los que serán mayores, y poco importa si el oscurantismo sigue tras la fachada del conocimiento. (p.330)

## Enfoque investigativo

La noción de *enfoque* se asume aquí como la manera de ver un problema desde sus causas para poder corregir las consecuencias. Un *enfoque investigativo* no puede ser general porque, como se anotaba anteriormente, no permite indagar acerca de las *causas* de las problemáticas de la cultura ya que un *enfoque investigativo* general tiene sentido tradicionalista y corre el riesgo de definirse y asumirse como “sinónimo de conservadurismo y de protección” (Henaó, 2009, p.31). Por consiguiente, de los enfoques, métodos y metodologías de la *investigación* de la *docencia* que se crean y se establecen depende mucho el camino que se recorra en la búsqueda de las soluciones de los problemas de la cultura.

Es importante reconocer que el mundo globalizado exige permanentemente cambios en todos los niveles sociales y culturales, cambios que atañen a la *investigación* y a la *docencia* universitaria. Por ello, si una sociedad o grupo humano no se dispone al cambio y se mantiene en posiciones conservadoras de ciertos pensamientos y prácticas, como es el caso de las metodologías de la investigación y de la formación docente, puede llegar a “ralentizar cualquier proceso que signifique una mejora o superación sobre nuestro legado social” (Ibáñez, 2009, p.5).

En ese sentido, será estratégico para la promoción de una *cultura de la investigación* que, por lo menos inicialmente, docentes y estudiantes universitarios tengan un pensamiento más crítico sobre su entorno, que tengan mayor capacidad de cuestionar los sucesos que los rodean. Por su parte, las instituciones educativas deben tener en cuenta que las necesidades que se tienen en materia de *investigación y docencia* universitaria son muy diferentes a las que se tienen en los países europeos. Para tal efecto, cabe recordar que la investigación es una lectura y una formulación de proyectos que se materializa a partir de acciones como leer, entender, analizar e interpretar un contexto específico desde cualquier disciplina del conocimiento, con el noble pretexto de solucionar al menos un problema de la cultura.

En concreto, es urgente hoy en las universidades del Área Metropolitana de Medellín salir de esa “concepción bancaria de la educación” mencionada por Freire, esto es:

Que se considera al estudiante un receptor pasivo de la información, la cual a su vez se “devuelve” al profesor el día del examen, [pues este] no es el caldo de cultivo de la investigación. Esta surge si hay una docencia crítica, no doblegada. La docencia crítica produce mentes inquietas e insatisfechas; y esta es precisamente la primera piedra de cualquier esquema investigativo. Se necesita una docencia que haga surgir estas preguntas: ¿Qué? ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Para quién? (Freire citado por Vélez, 1984, p.2).

Es necesario que la promoción de la *cultura investigativa* no sea solo una moda o, como se anotaba anteriormente, una imposición, y con el agravante de que se tiene que investigar porque se tienen que mostrar resultados y poco importa si se tiene que mentir, como propone en este sentido Yunis:

tampoco parece razonable que se deba exigir la investigación, hecho que induce al engaño, cuando puede ocurrir que un centro docente cumpla con los requisitos de una adecuada formación a sus estudiantes, sin que se le exija el desarrollo de la vocación investigativa. (2009, p.274)

En síntesis, se olvida con facilidad que hablar de investigación y hablar de docencia son dos cosas distintas. Por lo tanto, unir estas dos actividades implica establecer diferencias y herramientas que permitan caminar por dos senderos distintos, aunque tengan al final un punto en común y se llegue a la conclusión de que ese punto en común estaba soportado por *la búsqueda de conocimiento*.

Por tal efecto, se han formulado a través de Colciencias unas políticas educativas que permiten construir una sociedad del conocimiento en las instituciones de educación superior, donde universidades, docentes y estudiantes están invitados a comprender que el problema de la formación de docentes-investigadores como un proceso de calidad exige para los invitados —docentes, investigadores, coordinadores de centros de investigación, administrativos y rectores de las universidades— el reto de la construcción de una *cultura*, en este sentido *investigativa* y de *docencia*, en la que se asuma el ejercicio de la investigación y de la docencia en la educación superior como una apuesta por caminar juntos hacia el fin más noble, que es el *conocimiento*, por medio de métodos y metodologías particulares y con la noble intención de resolver en cada contexto problemas que conciernen a la cultura.

## Conclusiones

En las universidades surge la necesidad de tener en cuenta que los procesos de investigación y de docencia son actividades distintas, pero que no están exentas de ser complementarias. De igual manera se exige que las universidades ubiquen a los docentes e investigadores profesionales en el lugar en el que de verdad pueden desarrollar y aplicar las competencias que tienen. Este gesto noble en parte garantiza, psicológica y existencialmente, el placer de realizar actividades que vayan en pro de la calidad tanto investigativa como de la docencia.

Es necesario formar investigadores, docentes y estudiantes proactivos y críticos con su realidad, y poco a poco seguramente se ha ido haciendo esto en las distintas universidades de Medellín, y por qué no lanzarse a decir que en las distintas universidades de Colombia. Las universidades poco a poco han ido generando cambios positivos en la sociedad a través de los proyectos de investigación, pero sigue la tarea de comprender que la *investigación* es un proceso que pertenece a una sociedad y empieza a desarrollarse en la medida en que el docente y el investigador universitario comprendan que los estudiantes son sujetos valiosísimos para construir y establecer la sociedad del conocimiento y la cultura investigativa.

En suma construir *cultura*, más en el contexto de la investigación y de la docencia universitaria, es un ejercicio dispendioso y riguroso porque requiere que todos los sujetos implicados sean responsables de dichos procesos (investigación y docencia), que sientan placer por lo que realizan y que, más allá de un simple ejercicio

de formular proyectos de investigación o dictar clases en un aula, asuman su trabajo como un reto máximo que envuelva el interés no por los hechos o consecuencias de los problemas culturales sino por las causas de los problemas como fuente de donde emana la pregunta ¿por qué? De esta manera, creemos que adquiere relevancia y trascendencia ser investigador o docente en cualquier contexto, porque mucho más allá de la repetición de conceptos y teorías está el profundo beneficio en cuanto nos exigimos leer, entender, analizar e interpretar nuestro entorno a partir de las dos actividades (investigación y docencia) que nos han permitido reflexionar en la búsqueda de la construcción del conocimiento en contexto y de la transformación de las realidades.

Por consiguiente, la *investigación* y la *docencia* universitaria implican una articulación, debido a que toda acción que tenga que ver con el espíritu del conocimiento se instala en las relaciones pedagógicas, y en este caso la una implica o está implícitamente en la otra porque la investigación universitaria es un proceso de búsqueda de nuevo conocimiento, un proceso caracterizado por la creatividad del acto, por la innovación de las ideas, por la noble intención de pensar y formular proyectos en aras de resolver problemas desde el momento oportuno en que se tienen en cuenta las respectivas causas. Se requieren con urgencia una investigación y una docencia en contexto. Es decir, procesos que nos ayuden a comprender los problemas de nuestra cultura.

## Referencias

1. Apel, K. (2013). *Paradigmas de filosofía primera*. Buenos Aires: Prometeos Libros.
2. CONPES. (2009). *Política Nacional de Ciencia y Tecnología*. Recuperado de [http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/conpes\\_3582.pdf](http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/conpes_3582.pdf) (consultado: 11/05/2011).
3. Drewermann, E. (2010): *Los diez mandamientos, entre el precepto y la sabiduría*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
4. Henao, M. (2002). El papel de la investigación en la formación universitaria. *Rev. Colombia. Ciencia y Tecnología*, 20(4), 13-18.
5. Ibáñez, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 1(1), 1-16. Recuperado de <http://www.uoc.edu/rusc/1/>.
6. Kleint, S. (2008). *Acerca de la pedagogía de Schleiermachers. Teoría de la tensión entre la crítica y la afirmación*. Frankfurt: Peter Lang.

7. Restrepo, B. (2010) *Conceptos y aplicaciones de la investigación formativa, y criterios para evaluar la investigación científica en sentido estricto*. Recuperado de [http://www.cna.gov.co/1741/articles-186502\\_doc\\_academico5.pdf](http://www.cna.gov.co/1741/articles-186502_doc_academico5.pdf).
8. Vélez, I. (1984). De la investigación universitaria en Colombia. *Revista de Educación Superior y Desarrollo*, 3(1), 48-54. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/ICFES.pdf>.
9. Yunis, E. (2009). *¿Por qué somos así?* Bogotá: Temis.





# CAPÍTULO 4

## SIMPOSIO JUNIOR

---



# Procesos y experiencias de inclusión social en las bibliotecas de Medellín

**Alejandra Londoño Isaza**  
**Daniela Peña Duque**  
**Marisol Criado Restrepo**  
**Yésica Arango Ríos**  
**Natalia Salinas Arango<sup>1</sup>**

Medellín-Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Semillero de Investigación Dinámica Social

Grupo de Investigación de Trabajo Social - GITS

Línea de investigación Fundamentación Disciplinar y Contextos Sociales

## Resumen

Se visibilizan los procesos de inclusión social para las personas con discapacidad visual desarrollados por la Biblioteca de la Universidad de Antioquia, el Parque Biblioteca Belén y la Biblioteca de la Universidad Pontificia Bolivariana, mediante el acercamiento al contexto académico, social e institucional. De esta manera se obtiene el conocimiento de algunas de las experiencias y cambios que han generado estas acciones institucionales en la vida de dichas personas.

**Palabras clave:** discapacidad visual, inclusión social, gestión del conocimiento, ciudadanía, experiencias.

1 Las autoras hacen parte del Semillero de Investigación Dinámica Social, coordinado por Natalia Andrea Salinas Arango y adscrito al Grupo de Investigación de Trabajo Social – GITS de la Facultad de Trabajo Social, Escuela de Ciencias Sociales de la UPB.

## Introducción

La ponencia presenta algunos de los resultados de la investigación “Las bibliotecas abren caminos de inclusión social para las personas con discapacidad visual”, proyecto radicado en el CIDI en el 2015, mediante la pregunta orientadora ¿cuáles son los procesos de inclusión social para las personas con discapacidad visual desarrollados por la Biblioteca de la Universidad de Antioquia, el Parque Biblioteca Belén y la Biblioteca de la Universidad Pontificia Bolivariana y de qué forma estas acciones generan experiencias y cambios en la vida de dichas personas, en el periodo 2014-2015?

Por tanto, se visibilizarán dichos procesos de inclusión social para las personas con discapacidad visual desarrollados por estas tres bibliotecas, mediante el acercamiento al contexto académico, social e institucional. Y así mismo, se evidenciará, a partir de algunas experiencias, lo que han generado estas acciones institucionales en la vida de dichas personas. Así mismo, se plantearán algunos aportes y recomendaciones para la generación o el fortalecimiento de procesos de inclusión social no solo en las bibliotecas, sino también en las universidades a las que pertenecen y a la ciudad en general.

La investigación se desarrolló mediante el método cualitativo, con un enfoque metodológico fenomenológico, dado que este invita a hacer un estudio de la realidad a partir de las experiencias vividas por los sujetos. La modalidad de investigación fue el estudio de caso múltiple, como una manera eficiente de reflexionar acerca de las particularidades de las instituciones, conociendo su trayectoria en relación con los programas y servicios que brindan a esta población. Además, se procuró comprender los casos particulares de los usuarios con discapacidad visual de las bibliotecas.

Igualmente, se utilizó la estrategia del estudio institucional para evidenciar dichas particularidades de las bibliotecas y dar cuenta de la historia institucional, el contexto de la organización, los programas, los servicios, los aspectos formales e informales relacionados con los procesos de inclusión social con personas con discapacidad visual. Finalmente, se usaron técnicas como la observación naturalista, las entrevistas semiestructuradas y la revisión de fuentes secundarias.

### Situación de las personas con discapacidad visual

Cabe señalar que el concepto de discapacidad visual hace referencia a “toda restricción o ausencia, debido a una deficiencia de la capacidad de realizar una actividad

en la forma y dentro del margen que se considera normal para un ser humano en su contexto social” (Subdirección de Educación, Cultura y Bibliotecas, Departamento de Bibliotecas, 2008).

A las personas con discapacidad visual en muchas ocasiones se les limita el acceso a diversos escenarios de la vida pública y la posibilidad de realizar actividades que comúnmente se llevan a cabo en la vida cotidiana, lo cual evidencia que la sociedad aún no logra incluirles suficientemente desde la infraestructura de los espacios urbanos, como tampoco desde otros ámbitos de la vida social.

Si bien esta es una población vulnerable, aún no se cuentan con muchos espacios en donde puedan ampliar sus expectativas y trascender en sus vidas. Sin embargo, escenarios como las bibliotecas han logrado fortalecer sus capacidades y el acceso al conocimiento, integrando a esta población en sus servicios, brindándoles oportunidades para que sean personas independientes y autónomas. Es así como las bibliotecas se han destacado como facilitadoras del conocimiento, siendo este un requisito básico para la educación y la formación permanente, para la promoción de la cultura y la gestión del conocimiento.

Aunque han sido procesos lentos, hoy en día se ha generado una mayor conciencia en cuanto al lugar que ocupan estas personas en la sociedad. Las nuevas políticas, los programas y servicios que buscan la inclusión social están tomando mucha fuerza y probablemente en un futuro esta población deje de ser excluida y logre generar conciencia ciudadana desde el aporte y la valoración.

## Procesos de inclusión social en tres bibliotecas de Medellín

Según Stock, la inclusión social puede entenderse como la forma de

integrar a la vida comunitaria a todos los miembros de la sociedad, independientemente de su origen, condición social o actividad (...) *acercándolos* a una vida más digna, donde puedan tener los servicios básicos para un desarrollo personal y familiar adecuado y sostenible. (Stock, 2011)

Es importante destacar que las bibliotecas, como espacios públicos, no solo posibilitan el acceso al conocimiento, sino que también son escenarios de socialización

fundamentales, en los que se destacan estrategias que se implementan para promover la inclusión social de las personas con discapacidad visual.

Por tal motivo, cabe resaltar que mediante los procesos de inclusión social que llevan a cabo tres bibliotecas de Medellín han logrado identificar las necesidades de dicha población, han incorporado programas y servicios para su atención y han hecho que dichos usuarios sean parte activa.

En la Biblioteca de la U. de A., la UPB y el PBB<sup>2</sup> se llevan a cabo acciones para esta población y se promueve su participación permanente. Debido a que cada biblioteca es autónoma en cuanto al diseño y la implementación de programas y servicios, las posibilidades y estrategias que se encuentran en cada una son distintas; aunque en general se distinguen por brindar a las personas con discapacidad visual la oportunidad de conocer, formarse y divertirse en espacios generadores de nuevos procesos de aprendizaje e integración, lo que posibilita que la persona con discapacidad visual sea un sujeto creador de saberes y dinamizador de su propio rol en la sociedad.

## Biblioteca de la UPB

Los programas creados e implementados por la Biblioteca de la UPB han sido diseñados para generar ambientes de integración e inclusión de toda la población con discapacidad visual, tanto usuarios internos como externos.

A partir de la implementación de nuevas tecnologías, como el Jaws, All Reader, bibliotecas virtuales, entre otras, se han fortalecido el trabajo académico de los estudiantes y sus conocimientos en general. Estas tecnologías también les permiten conocer lo que está sucediendo a su alrededor.

Entre algunos de los servicios que brinda la biblioteca en cuanto al manejo y el trabajo con usuarios con discapacidad visual se encuentra la *inducción*, que permite efectuar el reconocimiento de aspectos generales de la Biblioteca, como las vías de acceso, los tipos de salas, los tipos de colecciones, el manejo de las tecnologías, el personal de la biblioteca, entre otros. También se cuenta con la *consulta*, en la que el empleado guía y orienta la búsqueda y la localización de los documentos impresos, auditivos, digitales, el préstamos de libros, revistas, material de audio y libros hablados.

---

2 Con estas siglas se conoce a la Universidad de Antioquia, la Universidad Pontificia Bolivariana y al Parque Biblioteca Belén respectivamente.

## Biblioteca de la U. de A.

En la Biblioteca de la U. de A. se ha generado una diversidad de servicios que cuentan con una larga trayectoria. Por eso la han posicionado como una de las instituciones con mayor liderazgo en la creación y la promoción de nuevos espacios de inclusión social en todo el departamento de Antioquia.

Se identificó que la Sala para Invidentes Jorge Luis Borges cuenta con equipos tecnológicos que permiten el acceso de las personas con discapacidad visual a la información, ya que los textos que necesitan leer son llevados a este lugar para que los voluntarios y monitores escaneen y hagan las debidas correcciones de tildes y el número de página. A través del *software* llamado All Reader es posible escuchar los textos y de esta manera se adquiere una mayor autonomía para realizar los trabajos, lo que ayuda a fomentar la cooperación y el apoyo entre los mismos estudiantes de la Universidad.

## Parque Biblioteca Belén

En este espacio se crean ambientes de cultura, diversión y aprendizaje, además de que se genera un entorno de integración para las personas con discapacidad visual. Por medio de “laboratorios” se realizan diversidad de talleres y manualidades que sirven para poner en práctica las habilidades y los conocimientos de los usuarios y lograr que las personas con discapacidad visual se conviertan en generadoras de contenidos y expresiones.

Es llamado laboratorio y no taller porque el Parque Biblioteca Belén está estableciendo lugares en donde el conocimiento se ponga en una línea horizontal, “nadie sabe más que nadie”, lo que evidencia la democratización y la valoración del conocimiento de todos y la dinamización de la equidad. Por ejemplo, no necesariamente las personas encargadas de estos programas dan las clases, sino que son los mismos usuarios quienes con sus cualidades y actitudes asumen un liderazgo positivo frente a los retos propuestos.

Este ha sido un espacio muy positivo, ya que ha permitido la integración de los participantes y es una muestra de cómo confluye la diversidad de edades, clases sociales, niveles educativos y sectores que de alguna manera permiten integrarlos a todos en un ambiente de fraternidad y aprendizaje.

Las herramientas implementadas en este espacio son la impresora *braille*, los computadores, el laboratorio inverso, los *jaws*, las capacitaciones en el uso de los complementos, los lectores voluntarios, las radionovelas y actividades como *Te presto mis ojos*, que le permiten adquirir aprendizajes a dicha población. Estos recursos permiten mejorar su rendimiento académico e incrementar su autosuficiencia.

## **Experiencias de inclusión social de personas con discapacidad visual**

Un usuario de la biblioteca comenta:

“Desde que entramos como tres personas con discapacidad visual se implementaron una serie de estrategias y herramientas para personas que tengan una particularidad, porque muchas veces lo que buscan es más independencia, entonces la Biblioteca se dio a la tarea de, conociendo el programa que implementó el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones o TICS, buscar la manera de implementarlo en las instalaciones de la Biblioteca de la UPB”. (Zuluaga, 2015, comunicación personal)

Los usuarios de las tres bibliotecas manifestaron diferentes opiniones frente a las preguntas que se realizaron mediante una entrevista semiestructurada en la que se les brindó un espacio de libre expresión para que plantearan sus puntos de vista. Se obtuvieron respuestas significativas frente al quehacer de estos espacios académicos y de socialización, y se dio paso a las reflexiones de los usuarios de la siguiente manera:

La investigación evidenció que en cada una de las bibliotecas existen diferentes concepciones de los usuarios frente a su papel en la sociedad y a la manera en la que han contribuido con una construcción personal de ciudadanía. Barbero (1996) plantea que “el ciudadano es aquel que (...) participa creando, interviniendo, cuestionando y exigiendo sus derechos”. Durante las entrevistas se obtuvieron diferentes puntos de vista acerca de este significado, como lo expresa un usuario de la Biblioteca de la UPB cuando dice que “a mí me parece que han contribuido satisfactoriamente porque, a partir de lo que a uno le enseñan en clase día a día, es a construir unos valores y una



personalidad que giran en pro del bienestar social”<sup>3</sup> (Jiménez, 2015, comunicación personal).

Los usuarios con discapacidad visual de las bibliotecas de la U. de A. y la UPB conocen de la existencia de los programas y servicios por medio de la información brindada en el proceso de inducción o en la presentación de entrevistas y exámenes de admisión.

Los usuarios del PBB consideran que los programas y servicios de la biblioteca generan inclusión social debido a que son tenidos en cuenta en diversas actividades que se realizan en este lugar, como los ejercicios de meditación, las caminatas en el Parque Juan Pablo II, las salidas pedagógicas a la Fiesta del Libro, al Palacio de Exposiciones y demás actividades que logran brindar un momento agradable y de distracción a estas personas<sup>4</sup>. Ramírez, Caviedes y Londoño (2015) afirman que, a través de estas herramientas, pueden ser personas más autónomas y útiles para la sociedad.

Se está generando inclusión social al prestar un servicio para toda la población con discapacidad visual, al permitir que tenga un fácil acceso a la información y darle la posibilidad de utilizar herramientas tecnológicas que permiten leer y escanear los documentos con facilidad. En este espacio también se cuenta con personas que de manera voluntaria se ofrecen a ayudar a corregir documentos escaneados y a realizar lecturas de documentos o libros<sup>5</sup> (Salazar, 2015).

En el PBB y en la Biblioteca de la UPB se evidenció que algunos de los funcionarios encargados de realizar el acompañamiento se encuentran desactualizados en temas relacionados con el trabajo de las personas en situación de discapacidad, lo cual en ocasiones entorpece el desempeño académico de estas personas en las bibliotecas.

Es importante tener claridad acerca de la concepción de inclusión social para los usuarios de las diferentes bibliotecas:

PBB: Son bienvenidos para estar en un grupo con igualdad de condiciones en cuanto a derechos y deberes<sup>6</sup>.

3 Entrevista realizada a Alejandro Jiménez, usuario de la UPB, el día 22 de mayo de 2015.

4 Entrevista realizada a Amparo Ramírez, Ramiro Caviedes y Jesús Londoño, usuarios del PBB, el día 21 de mayo de 2015.

5 Entrevista a Armando Salazar, usuario de la Universidad de Antioquia.

6 Entrevista realizada a Amparo Ramírez y Ramiro Caviedes, usuarios del PBB, el día 21 de mayo de 2015.

U. de A. y la UPB: La inclusión es dejar que la persona ingrese a todos los espacios sin discriminación alguna, permitir que participe en todo tipo de actividades. También es una opción que se genera para que cada una de las personas tenga un acceso en igualdad de condiciones a todos los servicios de salud, educación, información, trabajo, comunicación, y para que cada uno haga un uso adecuado de acuerdo a su necesidad, posibilidad o habilidad<sup>7</sup> (Salazar, 2015).

Los usuarios de la U. de A. y la UPB hacen referencia a la manifestación de exclusión social en espacios académicos cuando los docentes no permiten su participación en diferentes actividades por temor a que se lastimen y cuando no describen el contenido reflejado en el tablero.

Los usuarios del PBB y de la UPB sugieren implementar capacitaciones en cuanto al uso de las herramientas utilizadas, debido a que facilita el desempeño y el aprendizaje frente a los recursos que se implementan en dichas bibliotecas, además de brindar un acompañamiento constante que facilite la comprensión y que haga que los funcionarios de las bibliotecas sean más eficientes, efectivos y eficaces.

Estos servicios han posibilitado un mejor ejercicio de la ciudadanía porque han permitido entender al otro y tener presente que todo ciudadano tiene derechos y deberes que deben ser respetados y cumplidos. Esto se puede observar en todo lo que se está pensando y haciendo para beneficio de esta población.

A partir de todos estos retos se han generado cambios significativos en sus vidas, como el hecho de no sentir dependencia de una persona y que los compañeros cuenten con ellos en el momento de realizar alguna actividad.

Finalmente, es importante destacar que esta población busca ser más independiente y reconocida en los diferentes escenarios, como personas que poseen igualdad de condiciones y cuya discapacidad no es un limitante para desempeñar una vida normal<sup>8</sup>.

---

7 Entrevista a Armando Salazar, usuario de la Universidad de Antioquia, 2015.

8 Entrevista a David Arcila, Armando Salazar, Juan Rodríguez, Leidy y Carlos Pulgarín, estudiantes de la Universidad de Antioquia.

## Consideraciones finales

- Los resultados de la investigación permiten conocer que las bibliotecas no solo son centros de información, sino que también permiten la socialización y la gestión de conocimientos.
- Se identifica que las personas con discapacidad visual participan activamente en las bibliotecas y disfrutan de todos los programas y servicios que allí se implementan, buscando mejorar la calidad de vida de esta población y su bienestar en todos los ámbitos.
- Se evidencia que las acciones, los servicios o los programas de inclusión social para las personas con discapacidad visual que implementan las tres bibliotecas permiten que esta población tenga un mejor acercamiento al conocimiento, a través del acceso a la información de manera fácil y oportuna, cumpliendo así con su función pública de ser un espacio abierto al ciudadano.
- Con el desarrollo de estos programas implementados en las bibliotecas se hace explícito que las personas con discapacidad visual han logrado adquirir autonomía y sentirse incluidas socialmente.
- La inclusión social se fomenta constantemente puesto que se visualiza desde la estructuración de los programas y servicios especiales que las bibliotecas prestan a esta población. Se observa que a las personas con esta limitación se les tiene en cuenta, y que participan en diferentes actividades que les permiten desarrollar plenamente su formación.
- Se identificaron las limitaciones de las bibliotecas, principalmente en cuanto a la infraestructura, puesto que no están diseñadas para esta población, lo que limitan su acceso y desplazamiento.

## Recomendaciones

- Generar un programa de capacitaciones, dictado por las personas invidentes que hacen parte de las bibliotecas, con el que se enseñe a los usuarios en general el debido manejo y el uso adecuado de las herramientas tecnológicas que allí se encuentran.
- Implementación en la Biblioteca de la Universidad Pontificia Bolivariana de programas que brinden asesorías, inducciones y tutorías a los estudiantes nuevos que posean discapacidad visual.

- Las bibliotecas deberían crear procesos de capacitación a docentes y empleados en el trabajo con la población con discapacidad visual.
- Crear una plataforma virtual que le permita al estudiante compartir información con otros, facilitando así los procesos académicos.
- Crear espacios de encuentro entre toda la población académica para que se realicen actividades que ayuden a la integración y al reconocimiento de los estudiantes con discapacidad visual.

## Referencias

---

1. García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
2. Perahia, R. (2007). *Las ciudades y su espacio público. XI Coloquio Internacional de Geocrítica. Los problemas del mundo actual, soluciones y alternativas desde la geografía y las ciencias sociales*. Porto Alegre: Universidad de Buenos Aires.
3. República de Colombia. (2005). *Mecanismos de recuperación del espacio público*. Bogotá: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Territorial, Dirección de Sistema Habitacional.
4. Stock, J. R. (2011, 9 de septiembre). Qué debemos entender por inclusión social. *Portal PQS*. Recuperado de <http://mass.pe/noticias/2011/09/que-debemos-entender-por-inclusion-social>.
5. Subdirección de Educación. (2008). Hablemos de Medellín. *¿Acceso real a la totalidad de dinámicas sociales?*
6. Verdugo, M. (2002). *Personas con discapacidad: perspectivas psicopedagógicas y rehabilitadoras*. Madrid: Siglo XXI.

# Reflexiones sobre la violencia asociada al fútbol

## Experiencia del barrio Florida Nueva de Medellín

---

**Andrés Felipe Castaño Echavarría**  
**Daniel Philippe Bouckenoghe Pérez**  
**Indira Olarte Nanclares**  
**Daniela Martínez Valencia**  
**Natalia Andrea Salinas Arango<sup>1</sup>**

Medellín - Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Semillero de Investigación Dinámica Social

Grupo de Investigación de Trabajo Social GITS

Línea de investigación Fundamentación Disciplinar y Contextos Sociales

### Resumen

---

Se presenta un análisis de las representaciones sociales que, a la luz de los actores barriales y asociados al fútbol, se tienen de la violencia relacionada con este deporte, como un fenómeno social que se configura a partir de las interacciones simbólicas.

**Palabras clave:** violencia, fútbol, representaciones sociales, espacio público, interacciones.

---

<sup>1</sup> Los autores hacen parte del Semillero de Investigación Dinámica Social, coordinado por la magíster Natalia Andrea Salinas Arango, adscrito al Grupo de Investigación de Trabajo Social – GITS, de la Facultad de Trabajo Social, Escuela de Ciencias Sociales de la UPB.

## Introducción

Las reflexiones sobre la violencia asociada al fútbol en el escenario barrial que se presentan a continuación son el resultado de la investigación realizada por el Semillero Dinámica Social<sup>2</sup>, a partir del estudio de caso del barrio Florida Nueva de Medellín, y dan cuenta de un análisis desde la dimensión social, política y cultural de las representaciones sociales que los actores asociados al fútbol tienen frente a la violencia relacionada con este deporte, como un fenómeno que se configura a partir de las interacciones simbólicas.

Teniendo como pregunta orientadora ¿cuáles son las representaciones sociales que tienen la comunidad barrial y los actores vinculados al fútbol, respecto a las acciones violentas asociadas a este deporte, en el período 2014-2015?, durante el proceso analítico se encontraron elementos empíricos que aportaron a la comprensión de la violencia asociada al fútbol desde las diferentes visiones y posturas de los actores.

El análisis esboza las representaciones sociales que sobre este tipo de violencia se tienen en el escenario barrial. Según los planteamientos de Romero (2004), se entiende por representaciones sociales aquellos constructos subjetivos que configuran las personas en la cotidianidad y en un contexto socio histórico dado, que les permiten generar una forma de interpretar y de pensar la realidad.

En este orden de ideas, la ponencia da cuenta de las críticas, posturas e imaginarios de los ciudadanos implicados, es decir, de los habitantes del sector, de los actores asociados al fútbol (aficionados, fanáticos, barristas e hinchas) y de otros actores que se relacionan con el fenómeno estudiado (comerciantes del sector, fuerza pública, administración municipal, entre otros).

La investigación se desarrolló a partir del método cualitativo, que privilegia la perspectiva subjetiva de los actores implicados. De igual manera, con base en el enfoque metodológico del interaccionismo simbólico, se evidenció que el ámbito relacional,

---

2 “Representaciones sociales y estrategias ciudadanas de los habitantes del barrio Florida Nueva en torno a las acciones violentas ejercidas por grupos asociados al fútbol en el 2014-2015” es la microinvestigación del Semillero Dinámica Social, articulada a la macroinvestigación “Surgimiento, prácticas y repercusiones del fenómeno de la violencia asociada al fútbol. Primera fase: actores, situaciones y escenarios de la violencia en el fútbol, en la ciudad de Medellín, 2014”, realizada en el periodo 2014-2015 y financiada por el Centro de Investigaciones, Desarrollo e Innovaciones – CIDI de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín.

comunicacional y situacional incide en la manera en que los actores conciben el fenómeno de la violencia asociada al fútbol. En el trabajo de generación de información se incluyeron las técnicas de revisión de prensa, observación naturalista, entrevistas semiestructuradas, mapeo, grupo focal, conversatorio con expertos y mural social.

## La violencia en el fútbol en el escenario barrial

Según Vargas (2010), se sabe que el fútbol es un deporte y un espectáculo de masas, propicio para el goce, la recreación y la expresión de las emociones. Sin embargo, también se ha convertido en un motivo para los disturbios, la alteración de la conducta y del orden macrosocial, que dan cuenta de la violencia que se genera en torno a este deporte. Partiendo de la indagación realizada en una fuente de prensa nacional y regional, se evidenciaron algunas situaciones que connotan el fenómeno de la violencia asociada al fútbol:

La violencia se trasladó a los alrededores o, incluso, a zonas muy alejadas de los escenarios deportivos. (*El Tiempo*, 2013)

Lamentablemente acá estamos frente a este escenario que ustedes han evidenciado en donde ese fanatismo inapropiado ha llevado a que se den unos cuadros de intolerancia. (*El País*, 2012, p.xx)

Muertos por acá y por allá, peleas en los barrios, calles y carreteras del país, sujetos paseando la patria en buses cargados de armas y matándose en cuanta esquina encuentran. (*El Espectador*, 2013, p.xx)

Los hechos cotidianos y las noticias sobre violencia en el fútbol indican que dicho fenómeno supera los límites del estadio. En ese sentido, el barrio se constituye en una dimensión microterritorial que para un grupo de seguidores de un equipo de fútbol puede convertirse en un escenario que propicia sentidos de pertenencia, en ocasiones mediante acciones de violencia en este territorio, que se llevan a cabo para configurar procesos de simbolización y de identidad en relación con este deporte, con un grupo o con una barra. Por tanto, el barrio se convierte en un nuevo territorio que “si bien (...) no es permanente, sí está estructurado, y se proyecta desde un espacio físico hacia otros contextos territoriales: simbólicos y sociales” (Clavijo, 2004, p.49).

Algunos actores sociales pueden asociar el barrio como espacio público con un escenario propio del ejercicio de los derechos y los deberes ciudadanos, pero para otros puede ser el espacio “de todos y de nadie” en el que todo se vale y, por tanto, la apropiación de unos y otros es distinta. Esto lo muestra la disparidad de concepciones o representaciones que sobre el espacio público y el ser ciudadano tienen la comunidad barrial y los actores vinculados con acciones violentas asociadas al fútbol.

Como se ejemplifica en el caso del barrio Florida Nueva, a través de las acciones violentas ejecutadas en este escenario perteneciente a la comuna 11 de Medellín y que limita con la Unidad Deportiva Atanasio Girardot, grupos asociados con equipos de fútbol de la ciudad se han tomado el espacio público para realizar acciones violentas, tal como lo expresan sus habitantes, en testimonios como este: “en mi casa siempre se orinan en las puertas, la rayan y la llenan de basura. Se pelean e incluso hay parejas que hacen el amor” (Atehortúa, 2013, p.2).

El periódico ADN, en agosto 14 del 2013, publicó un artículo en el que se indican la inconformidad de los habitantes del barrio y la respuesta del gobierno local ante los desmanes de algunos seguidores de fútbol:

Los habitantes del barrio Florida Nueva no aguantan más desmanes de los hinchas que van al Atanasio Girardot y adelantan las gestiones para una acción popular. (ADN, 2013, p.xx)

“Queremos que nos respeten el desarrollo a la vida, al espacio público, a llegar tranquilos a la casa”, según el testimonio de un habitante. (ADN, 2013, p.xx)

El Secretario de Gobierno había anunciado que en el Boulevard *de la 70* habría cámaras de seguridad. (ADN, 2013, p.xx)

Una vez encontrados el escenario y las evidencias de actos de violencia, la investigación identificó las características tanto de dichas acciones como de quienes las llevan a cabo. En ese sentido, se hallaron tipos de actos y actores que llevan a la reflexión sobre la manera en que en el ámbito de la investigación se construyen categorías y subcategorías desde lo empírico, que permiten nombrar las realidades cotidianas en un contexto y una situación determinados.



## Identificación de los actores y acciones asociadas a la violencia en el fútbol en el barrio Florida Nueva

### Actores asociados a la violencia en el fútbol

Mediante la triangulación de la información obtenida a partir de las técnicas de la observación, las entrevistas, el mapeo, el grupo focal, el conversatorio con expertos y el mural social, se identificaron diferentes actores que interactúan y construyen sentidos, expresiones y significados en torno a las acciones de violencia asociada al fútbol en el barrio Florida Nueva. A partir de esta indagación empírica se realizó una clasificación que inicialmente incluye a los actores internos y los actores externos. Los *actores internos* comprenden a los asociados al fútbol y a los ejecutores de la violencia en el fútbol. Y los *actores externos* incluyen a la comunidad barrial y a otros.

Para seguir con esta taxonomía, nombrar a los *actores internos* lleva a retomar los dos subtipos anteriormente mencionados. Para determinar el primero, *actores asociados al fútbol*, se trae a colación la clasificación que arrojó la investigación realizada por el Instituto de Deportes y Recreación – INDER y la Alcaldía de Medellín (2011), que los nombraron como *aficionados* (quienes poseen un gusto y el disfrute por el fútbol), *hinchas* (poseen una empatía y una identificación simbólica con un equipo deportivo), *barristas* (actores organizados en torno a un equipo de fútbol, cuyo fin es dar un apoyo simbólico) y *fanáticos* (quienes poseen un grado de identificación extrema con un equipo de fútbol).

Por otra parte, en el segundo subtipo se tienen a los denominados *ejecutores de la violencia en el fútbol* en el barrio, y se identifica a los actores asociados al fútbol (anteriormente mencionados), la delincuencia común, las bandas criminales y los medios de comunicación. Este último actor se tiene en cuenta dado que se constituye en un incentivador e incluso legitimador de la violencia asociada al fútbol, reconocido tanto por los expertos que participaron en el conversatorio realizado en febrero del 2015<sup>3</sup> como en las entrevistas y el grupo focal.

Respecto a los actores externos a la violencia asociada al fútbol, se entienden como aquellos que pueden ser víctimas de dicha violencia en el barrio o que se han involucrado de una u otra forma en la comprensión del fenómeno, o bien, en la búsqueda

3 Semillero de Investigación Dinámica Social (febrero de 2015), conversatorio con expertos, Medellín, UPB.

de alternativas de solución a la problemática. En el primer subtipo se reconoce a la comunidad barrial, conformada por habitantes del barrio, organizaciones de base (JAC, mesa ambiental, entre otras) y comerciantes del sector (formales e informales). Y en el segundo subtipo aparecen en escena otros actores, que no son directamente del barrio pero que están involucrados con la problemática a nivel de ciudad. Entre ellos se destacan la Mesa Pedagógica de Convivencia, la fuerza pública, las entidades públicas de gobierno local (Secretaría de Gobierno, INDER, entre otras) y los medios de comunicación.

### Acciones asociadas a la violencia en el fútbol

Frente a los actos violentos, las personas consultadas en el mural social, la entrevista y el grupo focal manifestaron expresiones como:

El fútbol es una alcahuetería para la sociedad, es un medio para mendigar, fumar, tomar, robar<sup>4</sup>.

La discriminación que se da en cuanto a las requisas y como se trata la gente<sup>5</sup>.

En las requisas uno encuentra machetes, puñaleras o en la carretera se arman de piedras, palos<sup>6</sup>.

El uso de la pólvora, peleas o riñas (...) quiebran vidrios, pintan las casas, ponen frases pues grotescas y aporrean a otros hinchas<sup>7</sup>.

En la indagación por las acciones de la violencia en el fútbol se pudo establecer la siguiente clasificación de las acciones más frecuentes, identificadas específicamente en el escenario barrial:

- **Expresiones de euforia colectiva:** Pólvora, cánticos, ruido.
- **Invasión del espacio público:** Bloqueo del tránsito por acumulación de personas y vehículos, limitación del ingreso a las viviendas; se orinan las fachadas y se llevan a cabo otras agresiones a las fachadas, se arrojan basuras en lugares inadecuados.
- **Agresiones personales:** Asalto a mano armada, hurto, riñas, se arrojan objetos contundentes indiscriminadamente, lenguaje hostil.

4 Semillero de Investigación Dinámica Social, (noviembre, 2015), "Técnica mural social en el barrio Florida Nueva", Medellín, UPB.

5 Semillero de Investigación Dinámica Social, (noviembre de 2014), técnica grupo focal, Medellín, UPB.

6 Semillero de Investigación Dinámica Social, (noviembre de 2014), técnica grupo focal, Medellín, UPB.

7 Semillero de Investigación Dinámica Social (noviembre de 2014), entrevista al coordinador de deportes de la Junta de Acción Comunal Florida Nueva y El Velódromo. Medellín, UPB.

- **Otras acciones:** Porte de armas, microtráfico de estupefacientes, drogadicción, prácticas sexuales callejeras, fronteras invisibles.

Se ha podido entender que la violencia trasciende de lo físico a lo simbólico, lo gestual y lo verbal, partiendo de la idea de que esta posee múltiples connotaciones y manifestaciones de acuerdo a los actores que confluyen en torno al fenómeno del fútbol.

El sujeto, asociado o no a este deporte, siente que hay un peligro inminente al encontrarse con estos escenarios legitimadores de prácticas ilegales, gestos y lenguaje cargado de signos y símbolos negativos, que amenazan la integridad de las personas. Así mismo, el expendio y el consumo de drogas y alcohol es un elemento que se reconoce como un detonante de la violencia, que genera en la ciudadanía prevención y rechazo, tal como lo expresa un ciudadano en el mural social “El fútbol es una alcahuetería para la sociedad, es un medio para mendigar, fumar, tomar, robar”<sup>8</sup>.

Por otra parte, frente a la propiedad privada y el patrimonio de los habitantes del barrio, hay que decir que estos contienen en sí mismos una gran carga simbólica, no solo por el aspecto económico, sino también por la idea social de que “la casa es uno de los tesoros más preciados de una persona”. Cuando dicha propiedad es amenazada, invadida o destruida se genera un malestar emocional, una inconformidad social, no solo por el acto mismo sino por aquellos que ejecutan la violencia o a quienes estos representan, pues en ocasiones aparece un círculo de estigmatización al seguidor de fútbol en general<sup>9</sup>.

En la indagación realizada se han evidenciado acciones violentas repetitivas históricamente en el barrio, vigentes en el periodo 2014-2015. Se identificaron puntos críticos y susceptibles a la violencia asociada al fútbol en los espacios públicos, como el Parque Pinocho y otros parques, el bulevar comercial de la carrera 70; la plazoleta del metro de la estación estadio y la carrera 73 da cuenta de una sectorización no generalizada en el barrio, ya que se concentra sobre todo en espacios en los que son constantes el tránsito de masas y el asentamiento de los seguidores en las aceras y parques en periodos de actividad futbolística en el estadio.

8 Semillero de Investigación Dinámica Social, (febrero de 2015), técnica mural social en el barrio Florida Nueva, Medellín, UPB.

9 Semillero de Investigación Dinámica Social, (noviembre de 2014), técnica grupo focal, Medellín, UPB.

## Representaciones sociales de los actores y sus acciones

Las representaciones sociales se crean para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás y para determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica, tal como lo expresa Vasilachis (1997). Para identificarlas, se deben tener en cuenta el punto de vista de los diferentes actores y sus interrelaciones, de acuerdo a un espacio, un tiempo y una situación determinados.

Las representaciones sociales que construyen los ciudadanos, específicamente los habitantes del barrio, respecto a los actores asociados al fútbol están cargadas de ideaciones de temor, rechazo, irritación y resentimiento. Esto conlleva un alto peso simbólico de estigmatización generalizada frente a todo seguidor del fútbol que se reúne en el espacio público del barrio, sin que necesariamente se logre diferenciar a quienes ejecutan las acciones violentas de quienes no lo hacen.

Los jóvenes son señalados como la población más involucrada en el ejercicio de la violencia en el espacio público barrial, antes, durante y después del espectáculo deportivo. En las representaciones sociales que se van configurando a partir de las expresiones de diferentes ciudadanos que participaron en la técnica del mural social se evidencia cómo estos ciudadanos relacionan la causa del accionar de los jóvenes con el hecho de que en algunos casos “(...) no tienen dinero ni trabajo y tienen mucho odio contra la sociedad” (Mural Social, 2014)<sup>10</sup>.

En las representaciones sociales que construyen los actores asociados a la violencia en el fútbol pueden identificarse dos versiones de dichos actores: el primero y más predominante es el que justifica dichos actos como parte de la fiesta, la euforia o la identificación que genera el fútbol con los grupos de seguidores. El segundo, en el que se encuentran la apatía y el rechazo a dichas acciones.

En la primera versión, que es predominante, se puede evidenciar que las construcciones simbólicas en las que se aprueban las acciones de violencia asociada al fútbol por parte de algunos actores tienen que ver con:

10 Semillero de Investigación Dinámica Social, (noviembre de 2014), técnica mural social en el barrio Florida Nueva, Medellín, UPB.

- La identificación, la conformación y la cohesión del grupo al que se pertenece (barra).
- El aguante (las prácticas que están en función de animar al equipo, así como la lealtad, el honor y la fidelidad a este).
- La territorialidad.
- La recreación.
- La legitimidad y la reafirmación del poder sobre el contrincante.

## Reflexiones finales

Frente a las acciones de violencia asociada al fútbol, vale la pena reflexionar sobre cómo enfrentarlas y replantear las formas de concebirlas para poder transformarlas, de manera que se privilegien la sana convivencia y el respeto por lo público y la diversidad. Para ello se propone:

- Potenciar las estrategias de acción ciudadana que se han llevado a cabo hasta el momento y diseñar otras más eficaces.
- Fomentar una educación ciudadana en la que se incentive el respeto por el espacio público como un espacio de todos y como escenario de participación, deliberación y construcción, como vehículo esencial de la ciudadanía.
- Promover un cambio de las representaciones sociales de los actores, que pueda llevar a la construcción de una nueva cultura ciudadana.
- Fortalecer lo cultural-educativo desde la familia, la escuela y el trabajo, frente al respeto por la diferencia y la solución de los conflictos sin que se involucre la violencia.
- Si existiera una interiorización del valor y el respeto por el otro y por la disciplina social desde la convivencia civil, a través de un fortalecimiento cultural-educativo de instituciones básicas como la familia, la escuela y el trabajo, podrían evitarse algunas de las medidas de choque implementadas por la fuerza pública, que para algunos pueden ser generadoras de violencia. De esta manera se lograría el cumplimiento de las normas sociales de convivencia, de forma consciente y reflexiva.

## Referencias

1. Ascencio, J. (2013, 26 de junio). Así acabaron con la violencia de los hinchas en el fútbol inglés. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12895764>.
2. Atehortúa, D. (2013, 14 de agosto). Habitantes de la 70 sienten el abandono. *ADN Medellín*. Recuperado de <http://diarioadn.co/medell%C3%ADn/mi-ciudad/habitantes-de-la-70-sienten-el-abandono-1.72342>.
3. Clavijo, J. (2004). Estudio de barras de fútbol de Bogotá: los Comandos Azules. *Universitas Humanistica*, XXXI(58), 43-59.
4. Colprensa. (2012, 15 de marzo). La violencia amenaza nuevamente al fútbol colombiano. *El País*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/elpais/deportes/noticias/violencia-amenaza-nuevamente-futbol-colombiano>.
5. Instituto de Deportes y Recreación (INDER) y Alcaldía de Medellín (2011). *Hinchas por la paz: Disfrutamos el fútbol con responsabilidad*. Medellín: INDER y Alcaldía de Medellín.
6. Mejía, I. (2013, 7 de julio). Más de lo mismo. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/futbolcolombiano/mas-de-mismo-columna-432172>.
7. Opinión. (2013, 26 de junio). De la fiesta a la violencia. *El País*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/elpais/opinion/editorial/anonimo/fiesta-violencia>.
8. Romero, H. G. (2004). *Imaginario y representaciones sociales*.
9. Vargas, A. (2000). Algunos aspectos sociales del deporte: violencia doméstica y fútbol. *Revista de Ciencias Sociales*, 95-100.
10. Vasilachis de Gialdino, I. (1997). *La construcción de representaciones sociales: el discurso político y la prensa escrita*. Barcelona: Gedisa.

# Memoria colectiva y medios de comunicación: fijaciones parciales de un pasado reciente

**María José Bernal Quintanilla**  
**Arturo Alejandro Guerra Muñetón**

Colombia  
Universidad Pontificia Bolivariana  
Semillero Interacciones  
Institucionalización de la memoria

## Introducción

El presente trabajo es una reseña de literatura de acuerdo al manual de publicaciones de la APA. Esto es, una síntesis de materiales relacionados a la memoria colectiva y los medios de comunicación unidos a un análisis crítico de los mismos para así develar la confusa relación entre estos dos conceptos principales y los conceptos subyacentes que por necesidad nos vemos obligados a tratar. En este sentido, el lector podrá observar en el trabajo una organización, una integración y una evaluación del material ya publicado (APA, 2010).

Pareciera que vivimos en un país sin memoria. Quizás son tantas las razones para el desahucio que, en busca de su supervivencia, los colombianos se aferran al olvido para recibir con algo de entereza la noticia del día siguiente, que supera en escándalo y consecuente estupor a la anterior. De la naturalización de la violencia frente a los asesinatos indiscriminados; la indignación efímera frente a acciones que evidencian una sociedad machista —como lo son las violaciones “justificadas” por la

forma de vestir o el estado de embriaguez de una mujer—; pasando por la indiferencia frente a movimientos sociales que, por ser de una minoría, “no existen” (paro agrario, camionero, judicial); la aceptación de la desarticulación del país al regalar los páramos y departamentos enteros (que es el caso de Chocó con Canadá); hasta la observación impávida de la destrucción de la Corte Constitucional, ente que debería velar por la justicia, en las manos de la corrupción y la codicia; y muchos otros hechos que no nos detenemos a mencionar por lo extenso de la lista.

## Planteamiento del problema

Como se mencionaba anteriormente, se realizó una revisión de material relacionado con la memoria colectiva y los medios de comunicación (entendidos como un fenómeno social), pues Colombia es un país carcomido por la indiferencia, y como colombianos debemos preguntarnos: ¿es un problema de memoria colectiva? Y, siendo así ¿están los medios implicados en la perpetuación de este olvido permanente? En este sentido, el objetivo de este artículo es indagar sobre la influencia que tienen los *mass media* en la construcción de la memoria colectiva de una población, y la forma como inciden en el carácter efímero de los recuerdos.

## Metodología

El trabajo se inscribe en una reseña de literatura de acuerdo a la APA. Es considerada reseña pues 1) se define y aclara el problema, 2) se sintetizan las investigaciones previas, 3) se identifican las relaciones, contradicciones, diferencias e inconsistencias en la literatura y 4) se sugieren los siguientes pasos para resolver el problema —o las reflexiones pertinentes en cuanto al mismo—. Teniendo esto en cuenta, se realizó una búsqueda bibliográfica a lo largo del 2015, donde el principal referente fue el concepto de memoria colectiva de Maurice Halbwachs. Así, se realizaron búsquedas en EBSCO-Host, Academic Search Complete, Communication & Mass Media Complete, Fuente Académica Premiere, Google Académico y Scielo utilizando los términos “memoria colectiva” y “medios de comunicación”. Los artículos se sitúan entre 1998 y 2013. Además, se usaron varios textos hallados en la biblioteca de la UPB u obtenidos de otras fuentes. Finalizada la búsqueda sobre los temas, se realiza un análisis de los mismos para una posterior comparación con el objetivo de resolver la pregunta problemática.



## Contenido y resultados

De acuerdo a lo encontrado en la revisión, se iniciará definiendo el concepto de memoria colectiva, el cual hace referencia a “una comunicación continua de generación en generación entre los individuos de una sociedad sobre qué se recuerda y cómo se recuerda” (Halbwachs, 2004). En este sentido, la memoria no se entiende como un proceso psicológico individual, pues aunque obedece a un proceso personal, se enmarca en un contexto que lo determina o en un grupo que lo experimenta conjuntamente. Como afirma Ricoeur (2003), citado por Rosa (2013), en el texto *Hacer memoria, hacer resistencia*: la colectividad encuadra y posiciona eventos históricos en el pasado dando lugar a la formación de una memoria. Es decir, “para recordar uno acude a un determinado contexto social o un lugar donde recupera la memoria” (Ricoeur, citado por Rosa, 2013). En este sentido, la memoria colectiva es el proceso social de construcción del pasado, vivido y experimentado por un determinado grupo, comunidad o sociedad. Christlieb (1991), citado por d’Aubeterre (2003), afirma que este concepto insiste en asegurar la permanencia del tiempo y la homogeneidad de la vida, como un intento por demostrar que el pasado permanece y, por ende, junto al pasado, la identidad del grupo también permanece.

De esta manera, se retoma el planteamiento de Halbwachs (1952/1992), mencionado por Kligler-Vilenchik (2011), y se puede afirmar que, si bien la memoria colectiva se encuentra arraigada en la sociedad, es, a fin de cuentas, el individuo el que recuerda. Empero, como plantean Schwartz y Schuman (2000), citados por Kligler-Vilenchik (2011), analizar las memorias individuales y las representaciones culturales del pasado no se contradice, sino que se complementa, y da paso al análisis del carácter afectivo en la memoria colectiva (Halbwachs, citado por Belleli, Leone y Curci, 1999).

Es este carácter afectivo el que permite una colectividad, a la hora de recordar, sentirse identificado y conectado emocionalmente con un suceso compartido y vivenciado por un conjunto de personas: se permite la permanente construcción de una memoria que no se puede reducir a un fenómeno universal planteado desde el positivismo. La memoria colectiva no es como la memoria histórica —entendiendo esta como una serie de acontecimientos pasados objetivos—, sino que está en constante evolución a partir de un recuerdo que no es una recuperación inequívoca de lo ocurrido, sino una reconfiguración del pasado en función de los marcos sociales y las necesidades del presente. Como se afirma en párrafos anteriores, es el contexto

social el que permite la recuperación de la memoria, y este contexto está determinado ideológicamente por las reglas implícitas que existen en un colectivo, que a su vez determina, según la ideología imperante, qué se recuerda y cómo se recuerda.

Frente al planteamiento de Halbwachs, Michael Billig afirma que “si la memoria resulta determinada colectivamente, entonces también lo será ideológicamente, dado que los procesos colectivos que permiten que se dé la memorización son parte de patrones ideológicos más amplios” (Billig, 1992). Esto, entendiendo a la ideología como los patrones de creencias y prácticas en la sociedad que aseguran la reproducción de relaciones de poder (Thompson, citado por Billig, s. f.). Las cuales se plantean desde la teoría de Bourdieu (Manzo, 2010) como ese intercambio de lo simbólico y lo cultural a través de las interacciones. Es decir, entender que son en esencia las normas de interacción sociales las que rigen nuestros procesos de memorización, aquello que es válido recordar. Así, aunque es necesario el colectivo para recordar, es necesaria la ideología para decidir qué recordar.

Como afirma d'Aubeterre (2003), la ideología impone como condición retórica un bloqueo a la discrepancia argumentativa por la vía de la distorsión interesada de lo que dice, en función de preservar intereses y poder de grupos socialmente dominantes. Así, el individuo asume el discurso ideológico de manera más o menos inconsciente, como cosa propia y, dialógicamente, se convierte en sujeto y agente activo que construye un relato intencionalmente falsificador de la realidad. De esta manera, se evidencia la influencia que tiene la ideología sobre la memoria colectiva, pues esta sesga el recuerdo de un grupo social, y define lo que puede o no ser propio de la memoria, en servicio de los intereses de la clase dominante.

En cuanto a los medios de comunicación, es necesario recalcar su papel utilizando el término de “historicidad mediática” planteado por Thompson (1998) y retomado por Yeste (2009), que habla de un pasado siempre presente gracias a estos. Es decir, ya no existe un pasado que quede como pasado, olvidado, sino que es recordado de forma constante por los medios de comunicación (a través de las noticias y los documentales, entre otras cosas). De este modo, contrario a lo que se cree tradicionalmente, el pasado no es estático, sino que cambia gracias a las interpretaciones dadas continuamente por un colectivo. Por esto, no solo el pasado tiene múltiples enfoques y perspectivas, sino que además se reconstruye a diario gracias a los nuevos descubrimientos y las nuevas informaciones sobre el mismo.

Esta autora afirma que “los medios de comunicación tienen, junto a los historia-dores, una gran responsabilidad social ante sí en cuanto a la recuperación de la memoria histórica” (Yeste, 2009). Es decir, que son los medios de comunicación masivos quienes crean, en la actualidad, nuestra memoria colectiva. O, como lo plantea Kligler-Vilenchik (2011), los medios de comunicación no deciden el pensamiento de las personas, pero sí sobre qué se piensa: son los medios quienes definen los tópicos regentes en la actualidad, la ideología, dando así pie a los contenidos de la memoria colectiva.

Aparece la preponderancia del acto comunicativo —comunicación donde la comprensión es mutua—, pues los medios no pueden atender al modo en que cada individuo se apropie de la información ni pretender que toda la información emitida se comparta universalmente. Por esto, han desarrollado unas estrategias que les permiten operar en estas condiciones: “su operar es posible en la medida en que supone una suerte de memoria social compartida que hace innecesario preguntarse por los conocimientos de cada individuo” (Becerra y Arreyes, 2013). Es decir, su estrategia es apelar a la memoria colectiva, como construcción de ideología y sentido común socialmente aceptado, para lograr comunicar la información de manera “efectiva” y generar el efecto deseado en una masa sin rostro.

Como se afirma en el texto recién citado, los medios de comunicación masiva —en los formatos de noticias programas informativos, publicidad, propaganda y entretenimiento— aún juegan en la sociedad un papel fundamental en la generación de discursos sociales e identidades comunes, esto es, en el mantenimiento de ideologías y conformación de sentido común. Así, los medios de comunicación mantienen discursos que son construidos por la memoria colectiva, determinada por la ideología que busca mantener el poder, y los reproducen incansablemente hasta crear la ilusión de que han superado su estatuto de “recuerdo” para convertirse en un suceso absoluto e incuestionable.

Esta relación entre memoria, ideología, olvido y medios de comunicación se ahondará a lo largo del artículo.

Para continuar, es necesario profundizar el concepto de memoria colectiva. La memoria, entendida como un producto social, es un concepto tratado por muchos autores y desde diversas perspectivas; sin embargo, fue Maurice Halbwach quien introdujo este concepto. Según Misztal (2003), la contribución fundamental de Halbwach radica en el establecimiento de la conexión entre el grupo social y la memoria colectiva, dando luz a muchas investigaciones al afirmar que todo grupo

desarrolla una memoria de su propio pasado que resalta su identidad única. Según este autor, la memoria colectiva está siempre enmarcada socialmente, ya que los grupos son los que determinan qué es aquello que se recordará; por lo tanto, necesitan marcos de referencia que les permitan redescubrir el pasado en el presente y sentir su propia continuidad (Misztal, 2003). De este modo, la persistencia de la memoria, a partir de una imagen compartida del pasado, la cual hace parte de la conciencia común del grupo, explica su continuidad y permite que el grupo permanezca igual. La identidad colectiva precede a la memoria, y por lo tanto, determina su contenido. Frente a esto, y enmarcado en el tema de este artículo, cabría preguntarse por la identidad de los colombianos y cómo esta influye en los casos de memoria efímera antes mencionados.

En esta misma línea de pensamiento, se afirma que no se recuperan las imágenes de pasado como fueron originalmente percibidas, sino como mejor se acomodan a nuestras concepciones del presente, las cuales se forman por las fuerzas sociales que actúan sobre nosotros. Así, es necesario reconocer el rol de una comunidad afectiva, pues allí es donde se originan nuestros pensamientos y sentimientos, reconstruyendo la memoria desde la ideología del grupo al que nos inscribimos.

Halbwach enuncia que “el recuerdo es, en buena medida, una reconstrucción del pasado con la ayuda de datos prestados del presente”. Gracias a esto podemos recalcar uno de los pilares a la hora de relacionar la memoria colectiva con los medios de comunicación: son los medios de comunicación los que proveen, en nuestra época, la mayor cantidad de datos acerca del presente y, así mismo, del pasado, los cuales son aptos para relacionar y usar en el proceso de recordar. Si bien lo que propone Halbwach en la cita es que nunca recordamos de la misma manera, puesto que agregamos al recuerdo nuevos datos, también plantea cómo los datos del presente afectan de una forma considerable ese pasado. Entendiendo estos datos no solo como nuevos conocimientos individuales y nuevas experiencias, sino también como marcos impuestos por una ideología hegemónica presente en la sociedad, podemos observar cómo se relaciona, aunque de manera simplista, la memoria colectiva, los medios de comunicación y la ideología

Es importante volver a mencionar que el grupo es el que permite que se dé el proceso de memoria, y solo se recordará el significado, la representación, de los acontecimientos que vivencia el grupo. Estos acontecimientos se fijan en puntos de apoyo que permiten la permanencia de los eventos vivenciados y su posterior recuperación: “entendemos por marco un sistema de algún modo estático de fechas y lugares, que

nos lo representaríamos en su conjunto cada vez que deseáramos localizar o recuperar un hecho” (Halbwachs, citado por Mendoza, 2005).

Así, los marcos que permiten la memoria son el tiempo y el espacio. Parafraseando a Halbwachs (2004) el tiempo solo es real en la medida en que ofrece un cúmulo de acontecimientos al pensamiento. “Las fechas, entonces, son tiempos de la memoria que posibilitan que una sociedad se conciba con tradición, con pasado, con identidad, es decir, que se reconozca como tal.” (Mendoza, 2005). Del mismo modo, el espacio contiene y construye los recuerdos de los acontecimientos, pues en los lugares permanece la memoria frente a la cual, con ayuda del tiempo, asegura su fijeza y coherencia.

La memoria es narrativa “como relato de progresión de acontecimientos en el hilo del tiempo, y como conformación de una trama”. La narración permite que la memoria participe en la construcción humana de la realidad al proporcionar significados, y que las personas adquieran sentido de identidad y pertenencia al formar parte activa de un relato que organiza y comunica la experiencia, la cual, a su vez, es construida en cada narración. Así, “nuestra experiencia de los asuntos humanos viene a tomar la forma de las narraciones que usamos para contar cosas sobre ellos” (Bruner, citado por Mendoza, 2004)

Sin embargo, no se puede olvidar que el contexto sociopolítico determina las formas en que las memorias colectivas revisan el pasado. La lucha de las diferentes identidades colectivas por rememorar sus respectivas historias remite a un ámbito de representación donde puedan reconocerse y ser reconocidas. En Colombia, todos han sido movilizados por las pasiones frente algún suceso aberrante, como una masacre, o descarado, como un escándalo de corrupción; pero esta movilización no es encauzada por los medios de comunicación ni es relatada en la historia común. Por lo tanto, la sociedad colombiana no logra reconocerse en esa historia, pues “hay demasiada prisa en olvidar un pasado del cual finalmente nadie, por razones diversas, se siente heredero. Demasiada prisa en estabilizar una convivencia decente como para interrogarse acerca de los valores de la vida social” (Lechner y Güell, 1998). Al ser despojada de su historia, la realidad social pierde cercanía afectiva, se pierde el interés por aquello que no es de nadie y el orgullo por un país que no tiene quien cuente su historia.

Según Mendoza (2005), “la comunicación de lo que ha ocurrido en tiempos anteriores intenta persuadir y convencer a los grupos a los que se dirige su discurso mediante el alegato, el debate, el argumento y la contra argumentación”. En este

sentido, la comunicación llega a ser “expresión, interpretación y memoria de experiencias” (Fernández Christlieb, citado por Mendoza, 2005); esto es, la transferencia de experiencias (sucesos) a toda una comunidad. Así, necesariamente, la comunicación es un medio en el que se recoge la memoria histórica de una región. Lo que es realmente necesario recalcar de la comunicación es que:

Por ella es permisible que el significado de acontecimientos pasados permanezca, y es que no se transmite el hecho en sí, ni la hazaña, sino el significado de ciertos eventos, lo que para un grupo, colectividad o sociedad está representando. (Mendoza, 2005)

Uniendo lo mencionado anteriormente, se puede plantear el propósito de los medios de comunicación como el de dar los significados, o persuadir a los grupos de individuos de recordar temas específicos. A este se le suma su carácter de gran herramienta de moldeamiento de la memoria colectiva. Según Kligler-Vilenchik, (2011), los medios tienen un rol crucial, puesto que tienen la habilidad de llegar a grandes audiencias y proveer interpretaciones del pasado difíciles de evadir; además, al ser cubierto de forma narrativa, tiene un aspecto emocional, haciendo que lo dicho sea más memorable. Esto parece ser una mezcla del principio de Stasser-Wittenbaum (1996), en Cuc *et al* (2006), el cual afirma que la condición de la formación de la memoria colectiva se verá poco satisfecha si la información solo es conocida por un miembro, así los participantes tenderán a preferir el conocer la información compartida; sin embargo, cuando existe alguien considerado como experto dentro del grupo, se tenderá a apropiarse de la información dada por este. Los medios de comunicación tienden a difundir información compartida —que ya se conoce— para facilitar la creación de memoria colectiva, y, a su vez, llegar a posicionarse como “expertos” en un tema. Según Galeano (1978), citado por Mendoza (2005), lo importante es que “el lector sienta que la historia está ocurriendo mientras las palabras la cuentan. Que la historia huya de los museos y respire a pleno pulmón; que el pasado se haga presente”. Así, “la memoria dice mucho: comunica significados para los grupos y la sociedad, así sean los narrados eventos que una generación no experimentó”; y aquellos encargados de transmitirla, de forma oficial, son los medios de comunicación, quienes, como se ha mencionado anteriormente, son transmisores de ideologías. Además, la memoria funciona como proceso de interiorización de las normas sociales. “Una vez internalizado que el orden social y económico está sustraído al gobierno político, la participación en la política y el futuro como su horizonte carecen de sentido. El futuro pasa a ser un escenario de estrategias individuales, no de acciones colectivas” (Lechner y Güell, 1998). La única manera de combatir el automatismo de pensamiento que imponen

los medios es devolver las conversaciones a los espacios públicos, restarle preponderancia a la comunicación pantalla-espectador, y formar grupos con un sentido de identidad continuo que dialogue sus experiencias, comparta sus miedos y anhelos, para así construir una memoria colectiva.

Al hablar de memoria, especialmente en este contexto sociopolítico particular, es importante mencionar también el fenómeno del olvido, el cual se fabrica a partir del poder del grupo dominante, quien busca mantenerse y legitimarse en el poder. Este puede establecerse antes o después de la memoria. En el primer caso, los mecanismos que se implementan impiden que los acontecimientos significativos para un grupo se mantengan, imposibilitando la memoria y la comunicación. En este caso, el olvido precede a la memoria, debido a la velocidad de los sucesos cuya rapidez rebasa el ritmo necesario para percibir, vivenciar y retener los eventos que interesan; o por la saturación de acontecimientos que impide que algunos de ellos sean significados por una colectividad, y entren a la memoria del grupo. (Mendoza, 2005). Este es el olvido que se da desde los medios de comunicación, lo que permite afirmar que en Colombia más que un caso de falta de memoria se trata de olvido social impuesto por el grupo dominante. En otro caso, el olvido se presenta después de que los sucesos han estado en el campo de la memoria colectiva, pero no se pudieron instaurar. En este sentido, los eventos significativos no se pueden comunicar, ya que esto no le interesa al grupo en el poder. Por diversos métodos (como la censura, la imposición, la academia, la cultura, entre otras), las hegemonías pueden usar el olvido para justificar su lugar de poder y mantenerlo; cuando el olvido se acepta entre la sociedad se da un proceso de desmemoria y, aquello que no es de utilidad para la realidad social de los grupos en el poder, se pierde entre los congelados mares del conocimiento impedido. De esta forma, el olvido se ve como una manera de narrar el pasado, en el que el grupo hegemónico siempre mantiene su superioridad. Como dice Fernández (1991), citado por Mendoza (2005), “El progreso que se basa en el poder no tiene memoria”. Esto nos demuestra que, para regir a través —y solo por— el poder, es necesario obligar al pueblo a olvidar.

La memoria colectiva no se queda pasiva frente a las prácticas impuestas por el olvido. Los grupos, en medio de esta imposición, luchan por mantener su memoria, y en consecuencia, el sentido de su identidad. La memoria se niega a morir, emerge en cuanto halla las posibilidades de hacerlo públicamente.

Según Elizabeth Jelin, en “Exclusión, memorias y luchas políticas” los grupos cuyas memorias han sido marginadas, ganan acceso al espacio socio-político a través

de luchas sociales. Para poder luchar, sin embargo, se necesita conformar actores colectivos, se necesitan recursos y capacidades. No puede haber movimientos sociales de grupos subordinados si no cuentan con el sentido de pertenencia a una comunidad y la capacidad de reflexión involucrada en la construcción de identidad. Una primera forma de respuesta de los excluidos es, entonces, la pasividad y la apatía (Jelin, 2005)

“Se debe actuar de modo que la memoria colectiva sirva a la liberación, y no a la servidumbre de los hombres”. De esta manera, la memoria nos recuerda que no debemos olvidar (Le Goff, 1977, citado por Mendoza, 2005), teniendo en cuenta que los medios de comunicación son el “aparato de pensamiento” propicio para designar roles y maneras de percibir el mundo. Se podría pensar que estos se convierten en una de las instituciones que debe actuar con mayor responsabilidad, dada la influencia directa que tiene sobre la comunidad; sería ideal si logran una autonomía frente a los grupos dominantes y dieran paso a una construcción más colectiva de aquello que va a ser transmitido, considerando que es aquello que va a ser recordado: “se trata de dejar el espacio de los silencios para que el silencio de haber sido acallados sea el silencio para que los puedan escuchar, para que todos los ciudadanos dejen de ser dichos y puedan comenzar a decir” (Cebrelly y Arancibia, 2008)

## Conclusiones

---

En esta memoria, construida socialmente y manipulada por el poder, existen características fundamentales que no se pueden desligar. En un primer momento, como se ha destacado a lo largo del texto, solo es posible hablar de memoria colectiva si existe un grupo que la construya, y este grupo desarrolla una memoria del pasado que resalta su identidad única. Esta memoria se apoya en unos marcos sociales, como lo son el tiempo y el espacio, para mantenerse. En este mismo sentido, es el lenguaje otro marco importante de la memoria, considerándola como un constructo del yo narrativo, que permite la interiorización de las normas culturales. Gracias a esta naturaleza narrativa de la memoria, debe existir un acto comunicativo entre los miembros del grupo para que esta se pueda mantener. La narración del recuerdo dota la realidad de significados y sentido de pertenencia.

Frente a la influencia por parte de los medios, debe procurarse la apropiación de espacios donde puedan darse conversaciones, donde exista el acto comunicativo entre varios grupos que multipliquen las memorias y resistan a la memoria dogmática



que proponen los medios; así, se formarán grupos con un sentido de identidad y de pertenencia, que superen la pasividad y la apatía a partir del diálogo de experiencias, y del compartir miedos y anhelos que permitirán la construcción de una verdadera memoria colectiva y que no limiten su posición ciudadana a los discursos de la indiferencia o la violencia.

En este mismo sentido son los medios de comunicación los que también deben empezar a responsabilizarse de aquello que reproducen indiscriminadamente, para dejar de jugar un papel en servicio de los intereses del poder y comenzar a comunicar aquello que dice realmente del pueblo al que supuestamente representan.

## Referencias

1. American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association, tercera edición*. Mexico: Editorial El Manual Moderno.
2. Becerra, G., & Arreyes, V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. (Spanish). *Revista MAD*, (28), 47-60.
3. Belleli, G; Leone, G; Curci, A, (1999). Emoción y memoria colectiva. El recuerdo de acontecimientos públicos. *Psicología Política*, 18, 101-124.
4. Billing, M. (1992). *Memoria colectiva, ideología y familia real británica*. En M, Billing, *Memoria compartida. La naturaleza social del recuerdo y el olvido*. (pp. 77 - 96). Ediciones Paidós. Biblioteca cognición y desarrollo humano.
5. Cuc, A., Ozuru, Y., y Hirst, W. (2006). On the formation of collective memories: The role of a dominant narrator. *Memory and cognition* 34 (4), 752 -762.
6. d'Aubeterre, L. (2003). Ciudad, discursividad, sentido común e ideología: Un enfoque psicosocial de la cotidianidad urbana. (Spanish). Espacio Abierto. *Cuaderno Venezolano De Sociología* 12(2), 169-186.
7. Halbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva*. Zaragoza, España. Prensas Universitarias de Zaragoza.
8. Jelin, E. 2005. *Exclusión, memorias y luchas políticas*. Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 219-239.
9. Kligler-Vilenchik, N. (2011). *Setting the Collective Memory: Empirical Analysis of Mainstream Media's Influence on Collective Memory in Israel*. Recuperado de: <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N18-6.pdf>

10. Lechner, N. y Güel, P. (1998). Construcción social de las memorias en la transición chilena.
11. Manzo, E. G. (2010). Las teorías sociológicas de Pierre Bourdieu y Norbert Elias: Los conceptos de campo social y habitus. El Colegio de México.
12. Mendoza, J. (2004). *Las formas del recuerdo. La memoria narrativa*. Athenea Digital, 6. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num6/mendoza.pdf>
13. Mendoza, J. (2005). *Exordio a la memoria colectiva y el olvido social*. Athenea Digital, 8, 1-26. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n8/15788946n8a1.pdf>
14. Misztal, B. (2003). *Theorizing remembering. Theories of Social Remembering*. (pp. 50 -74). Philadelphia, USA: OpenUP.
15. Rosa, S. (2013). Hacer memoria, hacer resistencia: Un análisis de la representación de la memoria individual y colectiva en Amuleto (1999) de Roberto Bolaño. (Spanish).
16. Yeste, E. (2009). Los medios revisitando el pasado: los límites de la memoria. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 38, 71-81.

# Los dispositivos móviles como aliados educativos: mediaciones en el proceso de aprendizaje que motivan al estudiante<sup>1</sup>

---

**Carolina Delgado Mesa**

Colombia

Universidad Pontificia Bolivariana

Grupo de Investigación en Comunicación Urbana

Semillero de Comunicación Digital

Línea Sociedad de la Información y el Conocimiento

## Resumen

---

Todas las sociedades se ven permeadas por la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), pero sobre todo sufren transformaciones en los procesos que a diario realizan, como las compras, la movilidad o incluso la educación, entre muchos otros contextos que acompañan a cada persona.

---

<sup>1</sup> La presente ponencia surge en medio de la realización del trabajo de grado “Recursos audiovisuales como mediaciones didácticas, para cursos educativos en línea. Experiencias: Aula Digital (e-Learning), Aprendamos.co (micro e-Learning) y Coursera (m-Learning)”, vinculado al proyecto de investigación UPB Móvil: una propuesta de aplicativo para dispositivos móviles para la comunidad universitaria de la UPB, asociado al Grupo de Investigación –GICU- dirigido por Beatriz Elena Marín Ochoa. PhD.

Sin embargo, podría decirse que los efectos que dichas tecnologías tienen en las sociedades pueden dividirse en mayor o menor según las características del público que afecte y en lo dispuesto que se encuentre el contexto o la capacidad de adaptación que tengan todos los factores que hacen parte de él.

En el caso de la educación en específico, los dispositivos móviles fueron vistos en principio como los principales distractores que tenía el proceso, pero poco a poco se fue transformando la perspectiva y se incluyeron, en otras tecnologías, como mediadores en la educación a distancia (EAD), sin prever que más tarde ofrecían motivación a los estudiantes tan solo por ser el canal que transmitía el mensaje y que tras superar los obstáculos narrativos e ir alcanzando un mayor rendimiento iban siendo mejor recibidos en los procesos educativos.

Ahora bien, en dicho proceso los dispositivos móviles pueden ser utilizados como herramienta netamente técnica o como acompañante de la educación que modifique el saber oral y los requerimientos de los docentes, pero de forma principal como los retadores de las estrategias digitales y sobre todo didácticas para los procesos de aprendizaje que antes solo acompañaban los docentes en cada aula de clase.

**Palabras clave:** dispositivos móviles, educación, aprendizaje, Tecnologías de la Información y la Comunicación

## La transformación de los procesos educativos

La sociedad de la información y el conocimiento (SIC) ha significado un gran cambio para muchos procesos cotidianos y sobre todo se ha convertido en un aliado en la formulación de estrategias para generar motivación en el aprendizaje formal y hasta informal, en una era donde la formación no se limita a reconocimientos por parte de instituciones, sino que brinda la posibilidad de acceso para todo tipo de público.

Y la educación es uno de esos procesos que ha sufrido muchas transformaciones, significativas en medio de la adaptación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ya que aunque muchos contextos se han mostrado indiferentes al cambio y a la incorporación de las tecnologías, han debido utilizar dichas herramientas para hacer los procesos más incluyentes y participativos, al igual que motivadores en su caminar.

A partir de esto empiezan a cambiar los papeles y tipos de participaciones que anteriormente se realizaban, convirtiendo la verticalidad en la educación en una relación horizontal donde todos tienen cabida, lo cual se aborda en este artículo desde la primera etapa del marco referencial que sirve como base conceptual y teórica del trabajo de grado para optar por el título de Magister en Comunicación Digital.

¿Cuántos de los no llamados nativos digitales, pudieron imaginar recibir una clase de educación superior sin aula, pizarrón, cuadernos e incluso sin la presencia de un docente? Gracias a la Sociedad de la Información y el Conocimiento, esto se convirtió en una realidad en la que nos desenvolvemos e incluso se encargó de forjar una nueva generación educativa.

De esta manera, son muchas las estrategias que la educación utiliza para lograr mayor cobertura e inclusión social, valiéndose de recursos que faciliten la comunicación entre el docente y el estudiante, que también pueden ser llamados medios de enseñanza; como menciona Zambrano (2009), cualquier medio de comunicación puede constituirse como uno de ellos siempre que cumpla con los objetivos de aprendizaje.

Aparecen entonces las TIC como mediadoras de los procesos educativos y como características diferenciadoras entre su clasificación: tradicional (presencial) y no tradicional (a distancia y virtual); esta última surge en Colombia de una manera oficial en el año 1982, con una ley que busca extender la cobertura de los procesos de aprendizaje, pero que aparecieron como elementos “mensajeros” encargados de la entrega de información y sobre todo como un mecanismo para llegar a los estudiantes que por alguna razón se encontraban alejados geográficamente de la institución.

En esta etapa la educación se denominaba Educación a Distancia, y aunque actualmente se encuentra vigente por los procesos y mediaciones de las que se vale, también se vio permeada por la transformación de herramientas y la conectividad de la SIC.

Se podrían mencionar diferentes etapas por las que ha pasado la educación en el inicio de sus transformaciones:

**Primera etapa:** el correo electrónico en una sola vía. Por este medio el tutor realizaba el envío del material y se planteaban y respondían las inquietudes. Las tareas eran enviadas por correo postal y el tutor se acercaba de manera periódica al estudiante para dar solución a situaciones puntuales

**Segunda etapa:** los medios de enseñanza, además del correo electrónico, incluían el teléfono personal y las visitas a la sede educativa. Las estrategias comunicativas incorporaban casetes de audio y video. La producción audiovisual estaba a cargo de contrataciones externas al ámbito educativo.

**Tercera etapa:** el computador personal es el medio de comunicación utilizado en esta fase que permite el envío de información, la relación con el tutor y la expansión del conocimiento; todo desde la asociación de la Internet como facilitadora del proceso.

Esta última etapa todavía es conocida como educación a distancia, aunque con claras mejoras en la infraestructura de las TIC, en especial en el ancho de banda que define la experiencia de navegación.

Por otra parte, el desarrollo de la educación no tradicional no para, y aunque esta última fase se encuentra vigente por sí sola, también se une con otros recursos en lo que podría denominarse una cuarta fase, donde la portabilidad, la interactividad y la conectividad, tienen como fin la ubicuidad y la economía del tiempo en cuanto a los procesos educativos de una generación a la que no le basta con estar sentados en un aula de clases frente a un profesor que establece comunicaciones en una vía.

Así pues, se da continuidad a la transformación de la EAD, que en la actualidad presenta mayor oferta por parte de las universidades públicas y privadas, y que ahora integra los dispositivos móviles en el papel de recursos educativos en la oferta de conocimiento e información; y que posteriormente recibe el nombre de Educación en Ambientes Virtuales, la cual se ha definido como “un entorno de acción, que revela la situación de copresencia de los sujetos, a través de múltiples interfaces (tecnológicas, lingüísticas y simbólicas) y de una orientación conjugada, convenida, consciente y voluntaria, hacia un fin común: el conocimiento” (Grupo de Investigación EAV-UPB, 2006, p.65).

## **Los antecedentes de la relación discentes – dispositivos**

Existen muchos condicionantes para pensar que los dispositivos móviles no son completamente efectivos para los procesos educativos, como los mencionados por Fombona & Pascual (2013) (por ejemplo los condicionantes económicos, los aspectos técnicos y la visualización), pero que día tras día se van superando debido a otros factores, incluso a nivel gubernamental, que los hicieron parte de las actividades diarias.

Ahora los equipos vienen abastecidos con mejores tecnologías de visualización, pantallas de más pulgadas e incluso permiten replantear el modelo de producción de contenidos audiovisuales que se difunden en dispositivos móviles, revisando “los principios del lenguaje audiovisual y las estructuras que lo conforman para poder concluir en un modelo adaptado a un tamaño de pantalla mucho más reducida de lo habitual” (Galindo Rubio, 2005, p.130).

Cada vez se cuenta con más puntos de acceso a Internet, los operadores tienen más y más oferta de planes en sus servicios para que sea más fácil acceder a un plan mensual que brinde conectividad; y esto por mencionar solo algunas de las oportunidades que tienen los jóvenes para estar conectados, ya que deben sumarse los millones de aplicativos de múltiples características que se presentan para fortalecer los lazos comunicacionales.

No podría decirse que existe una aplicación a la que todos los jóvenes se encuentren unidos, pero sí podríamos generalizar al decir que las redes sociales son las que mueven y motivan los jóvenes a no perder la conexión y aquí sí hablar de aplicaciones “infaltables” en un teléfono inteligente o en una tableta, factor que las instituciones han sabido aprovechar, al crear aplicativos universitarios enfocados en lo social e incluyendo aspectos informativos y comunicativos a nivel de la institución.

Luego de hacer un recorrido por las aplicaciones para dispositivos móviles diseñadas por universidades de América Latina, se concluye que “los aplicativos para dispositivos móviles son la oportunidad de llegar al estudiante en todo momento del día y con mayor rapidez y efectividad que un correo electrónico o un mensaje en la página web de las universidades” (Castrillón, 2013, p.105), lo que reafirma que estos constituyen una buena plataforma para encaminar la educación.

Es importante en este punto, también mencionar que de los 450 estudiantes entre 18 y 24 años, que participaron de la investigación “Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios” (Castrillón, 2013, p.1), 239 manifestaron utilizar su teléfono inteligente para acceder a las redes sociales, seguido por 95 jóvenes que lo hacen desde su computador portátil, con un 75% de conexión más de una vez al día.

De los 33 aplicativos analizados, que a su vez representan 33 universidades de toda América Latina, “sólo existe una red social propia con fines educativos” (Castrillón, 2013, p.105) y que paradójicamente es más utilizada por docentes, aunque se encuentre dirigida también a estudiantes: Red venezolana CLED (Red de

Conocimiento Libre y Educación) y de forma paralela ninguno ofrecía contenidos audiovisuales propios para el aplicativo o encaminados a fortalecer la imagen o las comunicaciones de la institución.

De lo anterior, entonces, se deduce que es necesario integrar el ámbito educativo a este tipo de aplicaciones, que si bien pueden estar o no acompañadas por un espacio social, tienen una gran ventaja por el componente motivacional que resulta en los jóvenes estar *online* y participar en cualquier espacio siempre y cuando involucre la plataforma digital y en específico los dispositivos móviles.

## Los dispositivos móviles en la educación

Al mismo tiempo, cabría preguntarse si la forma en que se da la comunicación en dichos espacios sociales no ha sufrido transformaciones, es decir, si los jóvenes han modificado y aprendido un nuevo lenguaje escrito que cambie la forma en que se expresan y transmiten información a los demás, incluso si de alguna u otra forma repercuten aquí los gustos de los niños, y las imágenes, los sonidos y los videos se suman a sus expresiones.

A lo que la investigación de Arroyave (2012) podría responder diciendo

Un lenguaje multimedial, multidireccional e hipertextual se hace presente en todo tipo de conversaciones. Este nuevo lenguaje, adaptado a los dispositivos móviles, da cuenta de una época que cada vez se aleja más de los protocolos tradicionales y la formalidad en la comunicación (Arroyave, 2012, p.70)

Lo que induce a pensar que es necesario un lenguaje propio para la educación en dispositivos móviles, que vaya por la línea de lo que viven actualmente los jóvenes, y que sin pasar a lo informal pueda sentirse más cercano a estas nuevas costumbres comunicativas.

Esto nos lleva a la dicotomía que generan los dispositivos móviles en los ambientes educativos, puesto que se relacionan en repetidas ocasiones con factores de distracción y distorsión de los procesos, refiriéndose al uso que los jóvenes hacen de ellos y que están directamente relacionados con los procesos comunicativos que sostienen, ya sea por redes sociales o aplicaciones de chat.



Sin embargo, hay quienes con una mirada positivista se refieren a esta situación como una realidad que “permite dimensionar la importancia que adquiere desarrollar modelos pedagógicos que permitan aprovechar el uso masivo de dispositivos móviles para fines educativos” (López, 2011, p.15), abriendo el panorama digital al aprovechamiento del uso que hacen los jóvenes de educación superior, de los dispositivos.

Para muchos

no hay medios mejores que otros, sino que en función de una serie de variables (características de los alumnos, estrategias didácticas que apliquemos sobre el mismo, contexto de utilización, contenidos transmitidos) se mostrarán más eficaces para el alcance de unos objetivos concretos o para crear situaciones específicas de enseñanza. (Cabero, Duarte & Barroso, 1998, s.p.)

Por tanto, a partir de la investigación realizada por López (2011) que expone las modalidades de uso de dispositivos móviles en educación superior, aparece la caracterización de los contenidos como un factor importante en la descripción inicial que se realiza en esta investigación y que señala la alfabetización informacional y comunicacional sumada a la tecnológica.

Es decir que además de aprender cualidades funcionales de las TIC, es necesario aprender a organizar las cantidades de información a las que se está expuesto, pero además obtener destrezas para comunicarse en entornos digitales, ya que el reto de los aplicativos móviles en la educación “se encuentra en diseñar, desarrollar e implementar aplicaciones que no estén verdaderamente ancladas en principios sólidos de educación y aprendizaje” (López, 2011, p.18).

Se trata entonces de aprovechar la motivación que los estudiantes tienen hacia los dispositivos y las aplicaciones, pero además desarrollar contenidos propicios para el soporte que se tiene, lo que implica conocer los gustos de los jóvenes y en este punto, detenerse a construir el rompecabezas conformado por las manifestaciones que son recurrentes, en cuanto al tipo de contenidos con los que se identifican; es decir, retomar las imágenes, los sonidos y los videos a los que antes se hacía referencia con los niños, pero que se vuelven un común denominador en lo que respecta a la diversión que buscan con la digitalidad.

Ahora el estudiante toma todas las decisiones relacionadas con su educación, desde hacer un clic y empezar la sesión en su dispositivo o tomar el autobús para desplazarse al salón de clase; es quien da las pautas para resolver el método educativo que más se adapte a sus necesidades y gustos; pero también es quien constantemente da las pautas para que la educación se transforme y con ella sus estrategias, metodologías y plataformas, pues ahora no es un estudiante que se adapta, sino que interactúa para adaptar lo que lo rodea.

“La comunicación resulta inseparable de la cultura, y esta, a través de aquella, penetra todos los aspectos diferenciados de la sociedad, incluidas la tecnología y la educación” (Grupo de Investigación EAV, 2006, p.40), y quizá por esto es que no se puede concebir la educación mediada por tecnologías virtuales o presenciales como un mecanismo de maquinaria: hay que tomarla como parte de la cultura por el simple hecho de ser una forma de comunicar información y sobre todo cuando se abren los horizontes para que esta comunicación permita el aprendizaje colaborativo.

## Conclusiones

- Es evidente el cambio que ha sufrido la EAD y la forma en que su transformación, en un inicio para suplir necesidades de cobertura y después volviéndose más inclusiva, significó también un cambio en el paradigma social y cultural del comportamiento educativo, donde el aprendizaje estaba ligado a una ubicación temporal y espacial delimitada, pero que quizá se transforma poco a poco para hacerse más portable y al mismo tiempo más flexible para ambas partes del proceso, es decir, docentes y discentes.
- La educación realizó un pacto inteligente con las TIC al incorporarlas en la forma como se ofrece la información valiéndose de diferentes plataformas, pero sobre todo en lo que respecta a la motivación de los estudiantes, ya que se combinan en este proceso los dispositivos móviles que hasta ahora se piensan como portadores de entretenimiento con las estrategias educativas que pueden transmitirse por estos medios. De esta manera entonces se obtiene una nueva cara para la educación que llama la atención por no considerarse relegada en el tiempo, sino por el contrario como un método a la vanguardia.
- Apuntar solo a la generación de conocimiento por parte de los estudiantes ya no es suficiente, y pensar que por medio de los dispositivos móviles solo se tiene acceso a actividades sociales es un pensamiento igual de desactualizado que el anterior, pues

son muchas las posibilidades que los estudiantes encuentran de formar gratuita para adquirir conocimientos que antes solo podían tener de forma personalizada y por medio de un docente cara a cara; pero lo que es importante resaltar es que las universidades empiecen a conocer otras estrategias para generar conocimientos además de los de idiomas que se presentan de forma tradicional.

- Los estudiantes, aunque reacios, pueden ser más abiertos que los docentes a los nuevos modelos educativos para quienes puede representar un fuerte cambio, en donde ya no hay un solo poseedor de la verdad, sino que ha llegado la hora de aplicar de lo que tanto se habló sobre construir conocimiento y realizar una labor colaborativa de educación, pero que no tiene espacio ni tiempo definido y a la que se suman diferentes estrategias y plataformas en la transmisión del conocimiento.

## Referencias

1. Arroyave U, C. I. (2012). Transformación de las prácticas comunicacionales de los jóvenes universitarios a partir del uso de dispositivos móviles. (Tesis de Especialización en Periodismo Electrónico). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.
2. Cabero, J., Duarte, A., & Barroso, J. (1998). La piedra angular para la incorporación de los medios audiovisuales, informáticos y nuevas tecnologías en contextos educativos: la formación y el perfeccionamiento del profesorado. *Edutec: Revista electrónica de tecnología educativa*, (8). s.p.
3. Castrillón, G. (2013). Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios. (Tesis de Especialización en Periodismo Electrónico). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.
4. Fombona, J. & Pascual, M. (2013). Beneficios del m-learning en la Educación Superior. *Educatio siglo XXI*, 31(2). 211-234.
5. Galindo Rubio, F. (2005). El audiovisual en la telefonía móvil 3G. Consideraciones formales para una comunicación eficaz. *Revista Zer*, 10(19). 127-143.
6. Grupo de investigación EAV-UPB. (2006). Un modelo para la educación en ambientes virtuales. Medellín: UPB.
7. López A, M. A. (2011). Uso de dispositivos móviles (celulares y PDA) en educación superior: análisis de casos. (Tesis de Especialización en Periodismo Electrónico). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.
8. Zambrano C, J. (2009). Aprendizaje móvil (M-LEARNING). *Inventum*, (7), 38-41.



# La mirada subalterna desde la propuesta narrativa de la película *El día de las Mercedes*<sup>1</sup>

---

**Isabel Grisales Montoya**  
**Ana María López C.**

Colombia  
Universidad Pontificia Bolivariana  
GICU- Semillero Óptico  
Línea Narrativa

## Resumen

---

En esta ponencia proponemos el análisis de la película *El día de las Mercedes* (1985) dirigida por el chileno Dunav Kuzmanich y adaptación cinematográfica de los cuentos “Espuma y nada más” de Hernando Téllez, “Aire turbio” de Antonio Montaña y “Cadáveres para el alba” de Roberto Burgos Cantor. Entendemos la narración como un discurso social construido a partir de los elementos propios de la cotidianidad de un pueblo latinoamericano. Dichos elementos son puestos en diálogo con el estudio de la subalternidad desde la concepción adoptada por el Grupo de Estudios Subalternos Latinoamericano a comienzos de los años noventa, en respuesta a un contexto hostil

---

1 La presente ponencia se deriva del proyecto de investigación *Acercamiento al legado de Dunav Kuzmanich*, coordinado por la profesora Ana María López integrante del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana –GICU– Y del trabajo realizado por Isabel Grisales, auxiliar del proyecto, en el marco del curso: *Perspectivas Teóricas Contemporáneas* durante el semestre 2015.

que veía como los conatos de revolución intelectual en los países latinoamericanos se iban diluyendo tras el vano intento de pretender una teorización latinoamericana desde la realidad local<sup>2</sup>. Desde esta configuración, la imagen de poder que encarna en el contexto del argumento del filme el alcalde militar no está en el centro del relato, al contrario las acciones de aquellos que están supeditados, subordinados al orden de jerarquía y poder son las que más interesan. Así se plantea una intersección de caminos entre los acontecimientos latinoamericanos, los discursos sociales y las revoluciones que permearon la noción latinoamericana de identidad. Lo anterior enmarcado por situaciones que incitan a pensar el escenario latinoamericano desde la sátira.

**Palabras clave:** cine latinoamericano, subalternidad, Dunav Kuzmanich, pueblo, poder.

## Introducción

En esta ponencia se aborda la mirada subalterna que propone la narración de la película *El día de las Mercedes* del director chileno Dunav Kuzmanich, como un discurso social relacionado directamente con la estructuración y concepción latinoamericana desde su situación social y cultural, a partir de los elementos característicos de la cotidianidad de un pueblo latinoamericano.

El filme se aborda desde el estudio de la puesta en escena de un sector social específico, y sus protagonistas, como por ejemplo los campesinos, quienes, como otros grupos subalternos, no han tenido un rol protagónico en la narrativa cinematográfica en América Latina. El análisis está enmarcado a partir de la configuración del término “subalterno”, con el cual se designa a los marginados, como lo afirma María Mercedes Tenti: “Desde mediados del siglo pasado, nuevos actores -que no eran visibles en el campo historiográfico- comenzaron a emerger ‘desde abajo’, poniendo de relieve el relativismo cultural subyacentes en los relatos históricos” (Tenti, 2012, pág. 318).

2 Véase: Santiago Castro Gómez y Eduardo Mendieta, editores. *Teorías sin disciplina (latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate)*. México: Miguel Ángel Porrúa, 1998. Recuperado de: <http://www.ensayistas.org/critica/teoria/castro/manifiesto.htm>

Precisamente es por esta interpelación a la historia oficial que surge la formación del Grupo de Estudios Subalternos de la India a mediados del siglo xx, la cual resalta la intención de salirse del discurso histórico oficialista y emprender la búsqueda de nuevas narrativas que reconozcan a los emancipados el poder de contar su pasado, Esta corriente es retomada en América Latina como una nueva forma de investigación social, a partir de esto se conformó en los años noventa el Grupo de Estudios Subalternos Latinoamericanos, para abordar la situación de los actores que habían estado supeditados al poder desde la colonia, permitiéndoles una aparición en los relatos, admitiendo el surgimiento de otros puntos de interés y con esto, una propuesta en la generación de nuevas lecturas sociales desde la perspectiva de los fragmentos subalternos que componen la sociedad latinoamericana.

El siguiente texto se compone de tres partes: exploración de la narración de la película *El día de las Mercedes*, con sus características, situaciones y visión del subalterno. En segundo lugar, se desarrollará la idea de lo subalterno, término relacionado con la comprensión del poder y una alternativa al discurso hegemónico de la época en Latinoamérica. Por último, presentaremos una interpretación de la intención del proceso narrativo de la película y su relación con el contexto social e histórico de América Latina.

## **Construcción narrativa en *El día de las Mercedes***

*El día de las Mercedes* presenta en su argumento cómo la intervención militar en un pueblo latinoamericano altera la cotidianidad; es un filme que puede ser relacionado con la configuración histórica, social y cultural latinoamericana especialmente en relación con el contexto contemporáneo. Es una creación ficcional que en un primer momento estuvo pensada como una producción para la televisión con secuencias capitulares, de ahí que la ilación de los tres cuentos, con temáticas totalmente disímiles, no esté bien lograda y signifique para la película un obstáculo en la solidez de la estructura, pues, algunos pasajes carecen de cohesión y coherencia. Sin embargo, la película propone claves para la comprensión de procesos sociales del pueblo latinoamericano, identificando elementos históricos, sociales, instituciones y situaciones que caracterizan la sociedad latinoamericana.

La película sintetiza una intersección de caminos entre los acontecimientos latinoamericanos, los discursos sociales y las revoluciones que permearon la noción latinoamericana de identidad y la situación nacional, en este caso la colombiana, escenario en el que

fue concebida y producida la película. El relato evidencia la participación de la Iglesia en asuntos públicos y gubernamentales; recrea con su argumento una sátira sobre la excesiva pasividad de las personas ante los atropellos de la autoridad, en este caso la figura del militar convertido en alcalde y la proliferación de acciones desmedidas como el clientelismo, todo esto atravesado por hechos violentos contra la población civil. Así mismo, presenta un régimen militar que es sostenido por la censura y la desaparición forzada, que legitima el discurso de poder coaccionando la aparición de un posible contra-discurso; esto se materializa en medidas defensivas que incluyen el nombramiento y la definición de qué es lo subversivo; incluso, se llega a la desnaturalización de las ideas de revolución, señalando los comportamientos cotidianos de la población como “subversivos”.

Esta situación, que es el eje central de la historia, es narrada bajo un tono casi inocente, pues no se trata de una exposición directa de la violencia, sino que esta aparece solo a través de figuras metafóricas como el chirrido del cerdo, o con recursos visuales que la sugieren, como el féretro o la sábana blanca puesta encima de los cuerpos, o con el uso del fuera de campo. Adicionalmente, como lo desarrollaremos más adelante, la película es la muestra de una narración concebida desde la mirada del subalterno, donde la figura del dictador o del militar no es la que importa, sino las acciones de aquellos que están subordinados al orden de jerarquía y poder.

## El pueblo latinoamericano en escena

Al inicio de la película, el autor propone esta afirmación “*Esta historia ocurre ayer, hoy o mañana en cualquier pueblito de Latinoamérica*”. Aunque se trata de un planteamiento ambicioso y cuestionable, pues consideramos que no es posible unificar al pueblo latinoamericano a pesar de que existan en los procesos históricos, sociales, económicos y culturales características similares que los relacionan estrechamente entre sí, distan de ser homogéneos. Más bien nos interesa hacer una exploración desde el relato fílmico de esas condiciones y características que ponen en relación contextos diversos de los procesos sociales y políticos de América Latina. Como lo propone la película se tomarán algunos rasgos latinoamericanos como generales y constantes en la cotidianidad de sus pueblos, elementos que se entrelazan para ejemplificar las cuestiones latinoamericanas dentro de la narración.

Según lo anterior, las características más relevantes se relacionan con la intervención militar y la participación de la institución eclesiástica en las acciones emprendidas



por las nuevas autoridades. El conflicto político-militar surgido en los países latinoamericanos, generalmente enmarcado en un ejercicio de violencia hacia el pueblo, ocasionó prácticas de represión que generaron acciones como el desplazamiento, el clientelismo y el abuso de la autoridad, la censura y la utilización de medidas arbitrarias, la corrupción y el debilitamiento de las instituciones del estado. Así mismo, si se quiere explorar la condición social latinoamericana es la iglesia como institución, pues es un elemento impuesto desde la colonia con la conformación y disposición de sus creencias y ritos, como afirman Guillermo Gómez y Freddy Quezada:

Dentro de lo que suele denominarse pensamiento latinoamericano no puede quedar fuera, una modalidad vinculante a los modos de ser propios de Latinoamérica, como es el factor religioso (...) En América, fe y cultura se fundieron en un abrazo que hizo que el factor religioso, integrara a ambas, constituyendo a la fe como instrumento de dominio y no de servicio. (Gómez y Quezada, 2015, p.5)

En el argumento de la película, la figura del sacerdote en los acontecimientos oficiales y de conformación del imaginario colectivo de autoridad es evidente y constante. La participación en estos hechos deriva en una sátira, pues el párroco acepta las acciones injustificadas del poder, así mismo bendice y celebra el comienzo del partido de fútbol legitimando el régimen militar absurdo, autoritario, que se sustenta en la censura y la práctica de privación de la libertad injustificada.

Se recrea también la situación de la figura militar en el poder, que se traslada de la institución castrense para ostentar un poder público de carácter civil. Este hecho es esbozado en la película desde el ámbito local, a partir de lo cual se alude a las múltiples dictaduras militares y golpes de estado que han surgido a lo largo de la historia latinoamericana. Todas permeadas por esquemas altamente autoritarios con un sentido guerrerista y de represión. Como afirma Luis Maira:

La dictadura tradicional corresponde a la etapa en que la hegemonía política es detentada por las oligarquías terratenientes dirigidas por partidos conservadores o liberales que cuentan con el apoyo de la iglesia, en el marco de una distribución de la población activa en que predominan los trabajadores del sector rural y en medio de pautas culturales y sociales que no son otra cosa que la prolongación del estilo y los valores predominantes en las últimas etapas de la dominación colonial. (Maira, 1995, p.158)

Y si se habla de los participantes hegemónicos, con mayor razón se debe abordar la caracterización de los protagonistas de la historia: los habitantes de un pueblo rural. Es claro que el planteamiento de Henri Lefebvre (1978) en el libro *De lo rural a lo urbano*, los valores morales, a los que se refiere Le Play, inherentes a la población campesina como la obediencia y la resignación, son además, para Lefebvre, valores políticos; características elementales que cumplen una función para ejemplificar, en cierto sentido, la constitución social de las ciudades latinoamericanas. Si no tuvieron un origen rural, por lo menos todas fueron foco del desplazamiento de masas de lo rural hacia sus urbes, por diferentes razones: la violencia, el desarrollo, la demanda como fuerza de trabajo etc. El pueblo de Las Mercedes, representa un espacio rural, con una composición simple, alejado del epicentro urbano, presentando en su constitución una cierta ingenuidad y los valores morales antes mencionados. Además nos recuerda la necesidad de empoderamiento de las comunidades en la agencia de sus propias necesidades, pues este pueblo se ve afectado por las políticas decididas desde un centro de poder, ajeno a la realidad local. La sentencia expresada por el alcalde civil, al escuchar la noticia sobre los nombramientos de alcaldes militares lo deja bastante claro:

—*En este pueblo no pasa nada. ¿Sabe qué es lo que puede pasar aquí?, que un alcalde como yo pierda un chico de billar.*

Esta escena pone de manifiesto la simpleza en la estructura del pueblo, y la gran sacudida que sufre con la llegada de los militares, quienes imponen un régimen que para las dinámicas del pueblo resulta absurdo y excesivo. Pues si bien, no hay fuerza realmente obrera representada en la película ni un movimiento social con tendencia política de izquierda, sí podemos hablar de personajes atravesados por la subalternidad. En este sentido, las prácticas que resultan intervenidas mediante la censura como forma de control, se ejercen en la prohibición de actos culturales y la vigilancia de los contenidos que puede o no circular en el pueblo. Finalmente, la secuencia final, en la cual se celebra un partido de fútbol se presenta un levantamiento de quienes fueron detenidos por supuestas razones políticas y quienes no parecen tener otra opción que convertirse en prófugos como la opción para defender su libertad.

## El sentido subalterno en Latinoamérica

Los estudios subalternos, como lo afirma Tenti (2012), “si bien comenzaron como investigaciones referidas a la historia de la India, actualmente son vistos como un proyecto poscolonial de la escritura de la historia” (p.324). En este caso nos interesa particularmente su teorización sobre Latinoamérica, y en particular la revisión que se dio a partir de la aparición del “Manifiesto inaugural” del Grupo Latinoamericano de Estudios Subalternos. Este señala el momento histórico posterior a las dictaduras en el territorio latinoamericano y otras situaciones sociales, como el surgimiento de políticas neoliberales. Efectivamente el manifiesto significaba un cambio en la postura de pensamiento de la época, a partir del cual se reconocían tres etapas en la historia de la subalternidad en América Latina: la primera, en 1960, se refería a la Revolución cubana; la segunda etapa (1968-1979) plasmaba la decadencia del sueño cubano, la culminación del proyecto insurgente del Che, y aludía a la matanza de Tlatelolco como uno de los precedentes en el surgimiento de “los estudiantes” como personajes activos en el ámbito político. Sin embargo, la etapa que interesa en este sentido, para el análisis de la película, es la tercera, que se propone como un momento marcado por la Revolución de Nicaragua y la teología de la liberación<sup>3</sup>.

Referirse al término de subalterno es caracterizar a alguien como subordinado bajo un sentido dominante. Continuando con la definición que propone Gramsci en sus *Cuadernos de la Cárcel* (1929-1935), los subalternos son aquellas personas que se encuentran abajo, en términos relativos al poder, económico, político, social, de género, etc. Por esta razón, como lo menciona Tenti, no se puede pensar en encontrar la voz directa de los protagonistas en los textos históricos, pues está intervenida por quien escribe; sin embargo,

esta puede ser interpretada al interior del texto, dentro del contexto. El testimonio oral de los actores y de su entorno constituye también un aporte importante para descubrir el pasado de aquellos y aquellas que no figuran en los registros oficiales. (Tenti, 2012, p.318)

En el caso de las producciones cinematográficas el punto de vista desde el cual se construye la narración es el que permite acceder a este registro. En la obra de Kuzmanich, situar la enunciación desde este punto de vista permite entonces adquirir un

3 Véase el Manifiesto (Subalternos, 2015).

mayor conocimiento del subalterno como sujeto histórico. Desde esta perspectiva, la valoración de otras formas discursivas y de registros diferentes a la fuente histórica oficial permitiría ampliar el horizonte de conocimiento. Esta contribución estaría en contraposición con el discurso imperante, pues como señala el historiador Alfonso Torres, “a lo largo del siglo xx, la disciplina histórica produjo los pasados que necesitó el Estado y la modernidad capitalista, los poderes coloniales, las élites nacionales y transnacionales para legitimarse y afianzar su dominación” (Carrillo, 2003, p.197). Por esta razón consideramos relevante el aporte de las narrativas filmicas para arrojar nuevas líneas de interpretación sobre el pasado y los sujetos subalternos en la reconstrucción de la historia colectiva.

## Mirada subalterna en *El día de las Mercedes*

Existe una clara intención en el desarrollo de la narración de la película *El día de las Mercedes*, porque retrata a aquellos que están marginados, relegados por el poder, que se encuentran por fuera del discurso oficial, en el cual se pueden identificar dos hegemonías: el Estado, representado por el regimiento militar, apoyado en el juez del pueblo; y, por otro lado, el poder de la religión, representada no solo en el párroco sino también en la incidencia que tiene la iglesia en las decisiones formales.

Aunque el militar aparece como figura hegemónica, llamada a poner el orden dentro de la población, está sin duda supeditado a un poder mucho mayor que sus intenciones. Esto se evidencia en varias situaciones en el relato, sobre todo en el diálogo de la barbería, entre el barbero y el capitán. Especialmente en esta escena se genera una gran tensión entre el dominante y el sujeto subalterno; el alcalde militar expresa:

—*Me dijeron que usted me mataría, pero matar no es fácil, yo sé por qué se lo digo.*

En esta situación, tanto el barbero como el militar son subordinados; sin embargo, debido a la actuación del barbero al salir de la barbería, el alcalde militar recobra el dominio que ostenta. Esta acción permite conocer las formas de afirmación del poder, en relación con el comportamiento de ambos. De igual forma, la incidencia de la Iglesia se reafirma en las creencias fomentadas entre los habitantes y como consecuencia coacciona al subalterno, en este caso, por uno de los principales mandamientos expresados por la religión católica: “no matarás”.

El historiador John Scott reconoce en el discurso oculto de los subordinados una pretensión de asentar una oposición en contra del discurso dominante: “fantasean con rebelarse, se burlan, expanden chismes y rumores que les permiten superar la aceptación de una situación de desigualdad manifiesta” (Tenti, 2012, p.322). El barbero expresa esta situación, él efectivamente es un subordinado más dentro de la narración. Aunque es el personero del pueblo, no tiene una posición relevante en cuanto a dominio y toma de decisiones. Él expresa su deseo de rebelarse contra el poder actual, de terminar con ese régimen militar, fantasea con la posibilidad de matar al alcalde militar; sin embargo, no lo hace.

Esto indica también la imposibilidad de catalogar al subalterno como algo inmóvil, este es más que un simple estado de inferioridad ante la discursividad hegemónica, se refiere a una búsqueda constante del sujeto por la enunciación de su historia. El exalcalde, por ejemplo, resume en su figura contestataria el inicio de una conciencia colectiva que trasgrede, se revela ante la opresión a la que es sometido por el poder militar. Pone en evidencia la marginalidad de los sujetos sociales que siendo parte la historia son silenciados por la oficialidad, puesto que la producción discursiva de la historia oficial y los mecanismos de exclusión están apoyados en una visión eurocentrista del conocimiento.

Dentro del relato filmico la liberación o la transgresión de lo establecido surge con la insurrección violenta de un grupo de campesinos que apelan en un primer momento a la pasividad, hasta encontrar la supervivencia en el alza de las armas en contra del ente opresor. Será entonces necesario preguntarse cuáles son las características que definen la acción subalterna en América Latina. En ese sentido coincidimos con los cuestionamientos al problema de la construcción de la historia social, incluso de la conceptualización de lo subalterno en nuestro contexto. Como plantea Guillermo Bustos,

pensar al subalterno en perspectiva histórica como parte de un efecto discursivo sin perder de vista su rol de agente, permite interrogar de manera más compleja y provechosa la historia como un proceso de sujetos que hacen la historia en condiciones que ellos no han elegido sino que les han sido legadas. (Bustos, 2002, p.240)

Los personajes de este relato, por lo tanto, pertenecerían a un grupo que desde sus posibilidades de agencia incide en las circunstancias particulares de su entorno, puesto que el alcance de la acción subalterna es variable y está condicionado por los escenarios específicos.

## Conclusión

Nos hemos interesado en la visión de los estudios subalternos porque consideramos pertinentes y necesarias las búsquedas de otras miradas y la apertura de nuevas metodologías apoyadas en investigaciones y en trabajos interdisciplinarios que validan diferentes formas de generar reflexión y contribuir al conocimiento sobre un contexto determinado. Entendemos que desde la construcción narrativa que propone el autor hay otras reflexiones que están en relación con los cuestionamientos al orden social y político, que siguen teniendo vigencia en la configuración social de nuestro entorno.

Así mismo, consideramos importante encontrar en el uso de fuentes como la fotografía, el cine, los cancioneros populares opciones válidas para acercarnos a la historia de los pueblos. La multiplicidad de registros abre posibilidades al conocimiento de otras voces y otras perspectivas para la construcción del conocimiento sobre las sociedades contemporáneas.

Incluso esta perspectiva nos hace pensar en cómo la obra de Kuzmanich hace parte de estas fuentes que poco han sido estudiadas para develar los matices de la historia, los discursos y los imaginarios de una época. Además, la revisión del lugar que ocupa la obra de este director en la cinematografía colombiana y latinoamericana nos permite ampliar el horizonte historiográfico del campo específico.

## Referencias

1. Bustos, G. (2002). Enfoque subalterno e historia latinoamericana: nación, subalternidad.
2. Bustos, G. (2002). Enfoque subalterno e historia latinoamericana: nación, subalternidad y escritura de la historia en el debate Mallon Beverly. *Fronteras de la historia*, 229-250.
3. Carrillo, A. T. (2003). Pasados hegemónicos, memorias colectivas e historias subalternas. En Varios, *Estudios culturales latinoamericanos*. Quito.
4. Gómez, G., & Quezada, F. (27 de 08 de 2015). "El Pensamiento latinoamericano". Obtenido de Biblioteca virtual de CLACSO: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Nicaragua/cielac-upoli/20120813030605/quezada31>
5. Kuzmanich, D. (Dirección). ( 1985). *El Día de las Mercedes* [Película].

6. Lefebvre, H. (1978). Problemas de sociología rural. En H. Lefebvre, *De lo Rural a lo urbano* (págs. 19 - 38). Barcelona: Ediciones Península.
7. Maira, L. (1995). Las Nuevas dictaduras militares en América Latina. En *La Teoría Social Latinoamericana, Antología de textos*. .
8. Mallon, F. (1996). "Promesa y dilema en los estudios subalternos: perspectivas a partir de los estudios latinoamericanos". *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. E. Ravignani, N° 12*, .
9. Montero, B. H. (2009). Estudios Subalternos en América Latina. *Diálogos*, 113 - 121.
10. Subalternos, G. L. (28 de Agosto de 2015). *Manifiesto inaugural*. Obtenido de Teoría, Crítica e Historia: <http://www.ensayistas.org/critica/teoria/castro/manifiesto.htm>
11. Tenti, M. M. (2012). Los Estudios Culturales, la Historiografía y los sectores subalternos. *Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet)*.





# Transformación de la representación del héroe en la propuesta cinematográfica de Disney<sup>1</sup>

---

**Catalina Acebedo Duque**  
**Sarita Jaramillo Ramírez**  
**Carolina Jiménez Arango<sup>2</sup>**

Colombia  
Universidad Pontificia Bolivariana  
Investigación de la Comunicación

## Resumen

---

La representación de los personajes en una filmografía se da, desde el guion, mediante el discurso verbal y no verbal que se les otorga. Estos discursos apuntan a construcciones imaginarias, siendo tanto protagonistas como escenarios, producto de las interpretaciones del mundo por parte de los directores y la industria, enfocadas en recrear una realidad similar a la de los espectadores.

- 
- 1 Trabajo presentado en el marco del III Congreso Internacional de Ciencias Sociales y XXXII Simposio de Ciencias Sociales, realizado en Medellín del 19 al 21 de agosto de 2015, en la Universidad Pontificia Bolivariana
  - 2 Catalina Acebedo, Sarita Jaramillo y Carolina Jiménez son estudiantes de último semestre de Comunicación Social y Periodismo, en la Universidad Pontificia Bolivariana. Recientemente presentaron su trabajo de grado “Transformación de la representación del héroe en la propuesta cinematográfica de Disney”, basado en la experiencia, la observación y los planteamientos de diferentes autores con respecto a la representación.

Consideramos importante analizar la transformación de la figura del héroe planteado por Disney al conocer el impacto que este tiene en el mundo, pues los referentes físicos y comportamientos que se presentan en las películas hacen parte de las múltiples culturas que las inspiran.

Tomamos como referencia cuatro filmes animados de Disney que evidencian la transformación del héroe y su relación con la historia, el discurso, los estereotipos y la reinención del imaginario colectivo de cada época. Basándonos en los trabajos de representación de Stuart Hall, los de discurso de Foucault y el concepto de héroe de Pablo Cano, desarrollamos el análisis.

Finalmente, al tener un acercamiento a las diferentes lecturas de Disney, verificamos que por su cercanía al público infantil y la influencia de códigos de producción, la compañía adapta narraciones de acuerdo a las exigencias del momento, volviéndolas más verosímiles y emotivas.

Aunque las historias mantienen características de su narración original, la industria imprime matices propios de la sociedad estadounidense, agregando personajes y valores del momento, enviando así un mensaje unívoco que, aunque se transforma, sigue moldeándose dentro de la esencia norteamericana y funciona para todos los públicos.

**Palabras clave:** discurso – imaginarios - Stuart Hall – Michael Foucault – Norteamérica.

## Introducción

---

The Walt Disney Company, compañía cinematográfica referente para niños y adultos, expuso por primera vez, con *Blancanieves y los siete enanos* (1937) (Mundo Disney, s.f.), una historia de amor en la que el público reconoció y se relacionó con los personajes del príncipe, en su rol de héroe, y la princesa como impulsadora de los actos heroicos. Este primer giro expuso modelos de feminidad y masculinidad, planteando ideales diferentes a los observados en distintas películas de cada época.

El segundo cambio surge a partir de *La Sirenita* (1989), largometraje en el que la concepción del príncipe deja de ser idealizada, como se la había planteado

en *Blancanieves* y demás películas anteriores a esta década, para pasar a ser una representación más humana y cercana a la realidad, manteniendo su papel de héroe.

Fue a partir de 1990 cuando el discurso de Disney dio su tercer vuelco, variando las representaciones tradicionales de género, destacando a la figura del héroe ahora como nuevo protagonista de la historia (Gillam & Wooden, 2008), con el lanzamiento de *La Bella y la Bestia*.

Analizaremos entonces la transformación de la representación del héroe a partir del punto de vista del estereotipado príncipe de las películas de Disney, que ha sido y sigue siendo fuente imparable de historias. “Representaciones masculinas notablemente parecidas, de las cuales se argumenta, que indican un modelo post-feminista y bastante progresivo del género” (Gillam & Wooden, 2008).

Tomaremos como referencia cuatro filmes que abarcan desde los inicios de Disney hasta sus más recientes producciones, con el fin de identificar esta transformación a partir del cambio social y la constante reinención del imaginario colectivo, teniendo como referente el discurso que Disney utiliza en las obras.

## Planteamiento del problema

Debido a que nosotras mismas vivimos este cambio, consideramos importante analizar esta variación al conocer el impacto que tiene la industria Disney especialmente en la niñez del mundo, pues la variedad y multiculturalidad de sus narraciones forman parte importante de los referentes físicos y de comportamiento que se vienen planteando a través de las películas a los diferentes integrantes de la familia.

Es así como después de realizar una búsqueda bibliográfica con respecto a este tema, descubrimos una ausencia de información que justifique este cambio de la representación masculina tanto desde la forma en la que es narrado, como en el contexto en el que surge.

A partir de esta situación, nuestro objetivo general será analizar el cambio de la representación del héroe en la propuesta cinematográfica de Disney desde *Blancanieves* (1937), *Cenicienta* (1950), *La Bella y la Bestia* (1991) y *Frozen* (2013). El cual lograremos a partir de los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los cambios de la narración modelo con la historia presentada en su respectiva película.
- Describir las diferentes representaciones sociales que tuvo el hombre en los contextos históricos a los que pertenece cada una de las películas elegidas.
- Analizar la representación del héroe en cada una de las películas base desde su masculinidad, su rol social y sus relaciones con el entorno y otros personajes.
- Comparar las representaciones del héroe que brinda cada película con las demás.

## Fundamentación teórica

Para abordar nuestro trabajo de investigación el primer elemento a tratar es la representación, entendida desde el trabajo de Stuart Hall como “la producción de sentido a través del lenguaje” (Hall, 1997). Dicha creación de sentido comienza con imágenes o conceptos que tenemos en nuestra cabeza a las cuales acudimos para entender y comunicar el mundo (Hall, 1997).

“Pero no podemos transmitir este sentido sin un segundo sistema de representación, un lenguaje”, comprendido este como un conjunto de signos en constante relación, los cuales materializamos por medio de códigos, convenciones y construcciones sociales, compartidas, creadas e interiorizadas de manera inconsciente por los integrantes de una misma cultura (Hall, 1997), que establecen, al mismo tiempo, cánones o estereotipos sociales.

Los directores buscan recrear la realidad de la sociedad en cada uno de sus personajes, otorgándoles características humanas que los hagan similares a los espectadores. No podemos entonces remitirnos únicamente al análisis del lenguaje como base de la interpretación, pues es el discurso el que “proporciona tanto un conocimiento sobre el mundo, como esquemas para organizarlo y categorizarlo. Estos procesos de sentido retroalimentan, a su vez, los imaginarios colectivos compartidos sobre aspectos de la realidad social” (Medina, 2009).

Adicionalmente, tomaremos este mismo concepto de discurso, presente en la obra de Michel Foucault, definido como aquella noción que regirá las acciones, formas y palabras de cada personaje dentro de la historia, en nuestro caso el héroe protagonista. Foucault lo entendió como el “conjunto de aserciones que permiten a un lenguaje hablar —un modo de representar el conocimiento sobre— un tópico

particular en un momento histórico particular (...) Pero, dado que todas las prácticas sociales implican sentido, y el sentido conforma e influencia lo que hacemos —nuestra conducta— todas las prácticas tienen un aspecto discursivo” (Foucault, 1997 citado en Hall, 1997).

Estas construcciones de sentido están ligadas directamente con la historia, puesto que no podemos hablar de un significado universal de las cosas por tratarse de una pluralidad de culturas creadoras de significados, ni de una interpretación unívoca frente a los mismos. “El sentido que captamos, como observadores, lectores o audiencias, nunca es exactamente el sentido que es ofrecido por el hablante o escritor o el captado por otros interpretadores” (Hall, 1997).

En vista de que abarcamos un rango amplio de tiempo, en el que se da la transición de un siglo a otro, se reitera esa relación inalienable entre historia, discurso y estereotipos sociales, altamente influenciados, estos últimos, por los hechos que se fueron dando conforme se iban estrenando los filmes que abordaremos en este análisis.

“Se dice que la interpretación o comprensión de una acción humana, descubre su ‘significado’. En realidad interpretar una acción es conjeturar su intención, objetivo o propósito. Es decir, interpretación Hermenéutica = Hipótesis” (Bunge, 2005). De ahí que en nuestro análisis del discurso, presente en la construcción del héroe protagonista, utilizaremos la hermenéutica como herramienta base para las hipótesis que expondrán la transformación que queremos evidenciar.

El concepto de héroe está instaurado en nuestra sociedad desde la Antigua Grecia, teniendo la capacidad de representar un período histórico determinado, de acuerdo a su entorno y a la sociedad a la que pertenece. “Los héroes surgen y se retratan en el origen de cada cultura, como protagonistas de la construcción de los pueblos” (Cano, 2012).

Este concepto se fue transformando y la valentía física del héroe dejó de ser el centro de su esencia y se le adjudicó un coraje moral que lo ayudaría a resolver sus conflictos interiores, debido a que el espectador se encontraba en una etapa en la que sabía que el héroe era capaz de luchar con valentía, pero no contra su interior (Cano, 2012).

Para el análisis de este arquetipo de hombre, entenderemos al protagonista como la unión del héroe clásico y postclásico mencionados anteriormente, teniendo

en cuenta que, trasladada esta teoría al cuento fantástico, será el mismo príncipe azul quien adoptará y encarnará este rol en las cuatro películas a estudiar.

El personaje será abordado desde su procedencia socio-cultural, siendo esta la posición y el rol social que desempeñe en el contexto del filme; su relación tanto con el entorno como con los demás actores de la narración; y finalmente, su masculinidad, entendida desde cualidades como su esfuerzo, valentía, firmeza, virilidad, juicio, conocimiento y experiencia (RAE, s.f.).

## Contenido

---

### Del cuento a la película

Disney es una gran industria cinematográfica que por sus historias y mensajes ha logrado traspasar límites de tiempo y espacio, “tiene que presentar su creación como universal, sin fronteras, llega a todos los hogares, llega a todos los países, el inmortal Disney, patrimonio internacional, de todos los niños” (Dorfman & Mattelart, 1972).

La representación del héroe tiene cabida en todas las culturas, pues es desde sus narraciones populares que ha logrado sacar su materia prima para la producción de historias, tomando tradiciones orales que abarcan desde el lejano oriente hasta los milenarios Incas de los Andes, pasando por la antigua Europa donde se halla la cuna de los cuentos más conocidos y recordados. Se verifica entonces un mensaje unívoco que se moldea dentro de la esencia norteamericana, pero que funciona para todo tipo de espectadores

En este caso los relatos tradicionalmente populares de las culturas francesa, con Charles Perrault, y alemana, con los Hermanos Grimm, adquieren una adaptación fílmica muy ceñida a la narración tomada por Disney.

Pero con el paso del tiempo y de acuerdo al auge que obtuvieron sus producciones, la compañía se atreve a crear historias propias rescatando algunos elementos culturales de otras regiones que enriquecen la propuesta para un público más globalizado. A imagen de ello la industria rescata elementos de la narración escandinava la Reina de las Nieves para convertirla en el popular filme *Frozen* (2013).

Por su cercanía con el público infantil e influenciado en algún punto por códigos de producción cinematográfica, Disney adapta estos cuentos de acuerdo a las exigencias de la época volviéndolos más verosímiles, entretenidos y emotivos. A pesar de que las historias mantienen sus escenarios de procedencia, la compañía se apropia de ellas a través de matices característicos de la sociedad estadounidense, agregando personajes, canciones, lenguajes y valores del momento.

## El hombre creado

Sin ser Disney el único referente cinematográfico, Hollywood también brinda precedentes que complementan el análisis de los estereotipos sociales a través del tiempo, pues existen ciertas similitudes en ambas propuestas con respecto a la representación del hombre.

Se presenta un cambio que coincide con el imaginario femenino con respecto al arquetipo masculino, siendo este en primera instancia, de acuerdo con los filmes y el contexto analizado en los años 30, un actor ausente dentro de la vida de las mujeres. Para los años 50, la mujer concibe al hombre como una recompensa que recibe tras la espera de tiempos mejores, aunque para los años 90 esta figura masculina se adentra al plano emotivo, mostrándose un poco más cercano a la fragilidad humana.

En el cambio de siglo se identifica un contexto mucho más profundo en su relación con la humanidad, un personaje más trascendental con agudos cuestionamientos acerca de su existencia, sus relaciones interpersonales y su rol en una sociedad más convulsionada.

## Del idilio a lo real

La transformación del héroe por lo tanto involucra todas las estancias de su ser, cada una de ellas propuestas por Disney abarcando desde su masculinidad, sus anhelos y sentimientos, sus miedos y frustraciones, hasta sus relaciones con el entorno, llegando incluso a la reformulación de los parámetros previamente establecidos por la compañía.

Iniciamos con un hombre perfecto para la princesa desde la primera impresión, un caballero aparentemente sin problemas, educado, proveniente de la realeza, que le ofrece una estabilidad y una mejor vida a la doncella a través de un amor puro y

verdadero, que no cuestiona ni condiciona. Sin embargo, se trata de un príncipe falto de personalidad y con sentimientos infundados o poco profundos.

Se pasa entonces a un varón que a simple vista se muestra mucho más masculino, fuerte y tosco exteriormente, pero con mayores problemáticas internas que lo llevan a derrumbarse con más facilidad. A este personaje le cuesta aceptar sus sentimientos, pero cuando lo hace se entrega por completo, aunque sea más extenso el proceso para involucrarse en las situaciones, demostrando que no hace falta pertenecer a un nivel social distinguido para obtener el reconocimiento de la protagonista.

El acto heroico, como manifestación de verdadero amor, en un principio se planteaba como el único fin para justificar la presencia del personaje masculino. Era únicamente en el príncipe en quien se depositaba la esperanza de salvación y felicidad eterna para la princesa. Mas un cambio en los roles involucra directamente a la doncella acompañando al hombre en este proceso. Finalmente el sentimiento se transforma en un amor filial que también hace posible la liberación de los personajes.

## Conclusiones

Nos damos cuenta de que además de existir una transformación en el héroe hacia un hombre más humano, se da un replanteamiento de la concepción del amor, que más allá de provenir de la imaginación y la magia que busca transmitir la industria, está ligada a las exigencias de la sociedad actual; una masa de individuos que desde la infancia no cree en la perfección; son más críticos, más informados, más escépticos y más apremiantes a la hora de consumir nuevas historias de la cotidianidad.

Es por esto que Disney comienza a reinventarse creando nuevas historias y tomando su antiguo material de utopías, mostrándolos esta vez desde perspectivas más actuales, a través de una tecnología más avanzada y con mensajes que satisfagan la necesidad anteriormente planteada. De esta manera películas como *Maléfica* (2014), *Cenicienta* (2015) y *En el Bosque* (2014), presentan un componente de realidad más cercano al ser interpretadas por actores de carne y hueso que suscitan mayor profundidad en el contexto y en los puntos de giro que ayudan a desarrollar la historia.



## Referencias

1. Bunge, M. (2005) *Diccionario de filosofía*, Coyoacán: Siglo XXI Editores.
2. Cano, P. (2012). El héroe de la ficción postclásica. *Palabra Clave*, 15, (3). 432 - 457.
3. Davis, A. (2013). *Handsome Heroes & Ville Villains: Men in Disney's Feature Animation*, Hertfordshire, Jhon Libbey Publishing Ltd, 2013.
4. Davis, A. (2005). 'The dark' prince and dream women: Walt Disney and mid-twentieth century american feminism. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 25, (2), Northern Ireland, Routledge Taylor and Francis Group. 213 – 230.
5. Dorfman, A., Matherlart, A. (1972). *Para leer al pato Donald*, Buenos Aires: Siglo XXI Argentina Editores S.A.
6. Foucault, 1997 citado en: HALL, Stuart (1997): “El trabajo de la representación”, en *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage Publications, pp. 1 - 74.
7. Gillam, K., Wooden, Sh. (2008): Postprincess models of gender: The new man in Disney/Pixar. *Journal of popular film and television*, Heldref publications. 2 – 8.
8. Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage Publications. 1 – 74.
9. Medina, P., *et al* (2009): “Análisis de la estructura narrativa del discurso amoroso en la ficción audiovisual. Estudio de caso: ‘Los Serrano’ y ‘Porca Miseria’”, en *Zer*, 14, (27), Vizcaya. 83 – 101.
10. Prósper, 2012, citado en Cano, P. (2012). El héroe de la ficción postclásica. *Palabra Clave*, 15, (3), Bogotá. 440.
11. Real Academia de la Lengua Española (s.f.). Significado de masculino, varón y viril, Recuperado de <http://www.rae.es/>
12. Walt Disney Pictures (s.f.). Lista de películas. Mundo Disney. Recuperado de <http://www.mundodisney.net/peliculas>.



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana

## SU OPINIÓN



Para la Editorial UPB es muy importante ofrecerle un excelente producto. La información que nos suministre acerca de la calidad de nuestras publicaciones será muy valiosa en el proceso de mejoramiento que realizamos. Para darnos su opinión, comuníquese a través de la línea (57)(4) 354 4565 o vía E-mail a [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co)

Por favor adjunte datos como el título y la fecha de publicación, su nombre, e-mail y número telefónico.