

Eloísa Nos Aldás,
 Álex Iván Arévalo Salinas
 y Alessandra Farné (Eds.)



#comunicambio: Comunicación
 y Sociedad Civil
 para el Cambio Social

#com4change: Communication
 and Civil Society for Social Change

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de / *This book has been published with financial support from:*



Proyectos de investigación / *Research projects:*

- “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CSO-2012-34066), Ministerio de Economía y Competitividad.
- “De víctimas a indignados: Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una Cultura de Paz” (P1-1A2012), Plan de promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I.
- “La comunicación en red para el desarrollo” de la Convocatoria Actores No Estatales y Autoridades locales en el Desarrollo (Sensibilización sobre cuestiones de desarrollo y apoyo a la educación para el desarrollo de la Unión Europea) de la Comisión Europea.

Agradecimiento especial a todos los grupos y redes que han colaborado en la organización del congreso #comunicambio 2015 / *Special thanks to all the collaborating groups and networks of the congress #comunicambio 2015:*

<http://www.comunicambio2015.uji.es/estructura-2/>

#comunicambio: Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social / #com4change: Communication and Civil Society for Social Change

Editores / *Editors:* Eloísa Nos Aldás, Álex Iván Arévalo Salinas & Alessandra Farné

Colaboradores / *Collaborators:* Aïda Antonino Queralt, Xavier Aviñó Rojo, Laura Castillo Mateu, Egidio de Bustamante Acevedo & F. Javier López Ferrández

Fecha de edición / *Publishing date:* 2015

Editorial Fragua
Calle de Andrés Mellado, 64
28015 Madrid

ISBN: 978-84-7074-694-9 (formato ebook)

Diseño de la portada / *Cover design:* F. Javier López Ferrández
Maquetación / *Book layout:* Xavier Aviñó Rojo



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

ÍNDICE / TABLE OF CONTENTS

Introducción a #comunicambio: comunicación y sociedad civil para el cambio social	15
Alessandra Farné, Álex Iván Arévalo Salinas y Eloísa Nos Aldás	
<i>Introduction to #com4change: communication and civil society for social change</i>	23
Alessandra Farné, Álex Iván Arévalo Salinas and Eloísa Nos Aldás	
<hr/>	
Bloque I. Comunicación y cambio social: epistemologías e indicadores	
<i>Part I. Communication and social change: epistemologies and indicators</i>	
Análisis bibliométrico de los artículos publicados sobre “Comunicación, Desarrollo y Cambio Social” en las diez primeras revistas de comunicación en España (2002-2012)*	32
Víctor Manuel Marí Sáez y Gonzalo Ceballos Castro	
El enfoque de la(s) capacidad(es) y el discurso del desarrollo humano: una propuesta para su repolitización*	34
Guillermo Otano Jiménez	
La cultura de paz como parte del paradigma emergente de la posmodernidad y la socio-hermenéutica	36
Lidia Sanz Molina, Susana Gómez Redondo y Juan Romay Coca	
La enunciación compleja: hermenéutica, semiótica y política en el siglo XXI. El caso de Podemos*	48
José Antonio Palao Errando	
Parasitismo en las comunicaciones del 15M: la reducción del esfuerzo cognitivo como eje del lenguaje de la protesta*	50
José Manuel Martín Corvillo	
Competencia mediática para el consumo de contenidos audiovisuales en el cambiante ecosistema mediático	52
María del Carmen Caldeiro-Pedreira y Paloma Contreras-Pulido	
Transformaciones de las TIC y movimientos sociales: generando acuerdo para el cambio social*	64
Belén Casas-Mas	
Empoderamiento informacional y emancipación tecnológica como elementos estratégicos para el desarrollo de nuevos modelos de activismo mediático (1999-2014)*	66
Ildefonso Cordero-Sánchez y Jordi Alberich-Pascual	

Producción audiovisual orientada al procomún. Una perspectiva desde el documental en el estado español	68
Simón Vialás Fernández	
La evaluación de la Comunicación para la Transformación de Conflictos*	80
Cristina Sala Valdés	
Evaluando a los evaluadores: estudio de caso de la aplicación de los IDM en Uruguay	82
Ruth Ainhoa de Frutos García	
El peso [in]soportable del tener que ser. Presiones posmodernas e hitos biográficos como fuentes de comunicación y pozos de incomunicación	95
Eduarne Jabat, Rubén Lasheras e Ignacio Sánchez de la Yncera	
Comunicación aplicada y metodología de la investigación*	112
Olga Rodríguez Cruz y Juan Arellano Alonso	
<i>The Spirals of Peace and the representations of the “other” after September 11th. Transforming the Cultivation of fear and the Spiral of Silence towards educommunicative spirals of peace for solidarity and intercultural dialogue*</i>	114
José Ignacio Martín Galán	
Comunicación y EcoCine: estrategias de sensibilización desde y hacia el futuro	117
Raquel Cabral	
El papel de la ciencia en la construcción de una cultura de paz*	128
Maria Emanuel Melo de Almeida	

Bloque II. De víctimas a indignados: discursos, representaciones y empoderamiento

Part II. From victims to indignants: discourses, representations and empowerment

¿Relatos restaurativos? Acercamientos a las dificultades para construir una memoria compartida sobre ETA y sus víctimas*	131
Marta Rodríguez Fouz	
La representación de la diversidad sexual en la televisión: de la homofobia manifiesta al esperpento	133
Pedro Salmerón Sánchez, Rafael Ballester Arnal, María Dolores Gil Llarío y Jesús Castro Calvo	
“No way out”. El caso del adolescente marginado “Dukie” en <i>The Wire</i>	145
Elisa Hernández Pérez	

Empoderamiento y discapacidad, factores moduladores del desarrollo de esta potencialidad	155
Raquel Suriá Martínez y Ana Rosser Limiñana	
Estilos de empoderamiento y factores sociodemográficos en jóvenes con discapacidad	165
Raquel Suriá Martínez y Ana Rosser Limiñana	
Voces desde los muros. Análisis de las experiencias mediáticas realizadas por personas presas en las cárceles de España	174
Paloma Contreras Pulido y María del Carmen Caldeiro Pedreira	
<i>Comunicação, Esquizofrenia e Internet: vozes e discursos das pessoas com esquizofrenia como ferramenta de desestigmatização da doença mental</i>	184
Carla Costa García	
<i>Dialogical research in neglected tropical diseases: The case of the Healthy Living Initiative</i>	196
Claudia Nieto Sánchez, Esteban G. Baus and María J. Grijalva	
Cuando despertaron, la democracia todavía estaba allí*	209
Antonio Alaminos Chica y Clemente Penalva Verdú	
<i>Post-political articulations of democracy: a critical review of the anti-austerity protest discourses</i>	211
Jonas Van Vossole	
El papel de los nuevos movimientos sociales en contextos de marginalidad: el caso de la PAH de Alicante	223
Javier Ortega Fernández	
Estrategias de resignificación y visibilización del conflicto social desde la juventud universitaria	236
David Muñoz Rodríguez	
Yo narro, luego Yo decido. El tren de la libertad	245
Laura Castillo Mateu	
Discursos mediáticos a través de <i>Twitter</i>. Imágenes sobre el liderazgo empresarial de las mujeres: #liderazgofemenino	257
Maria Medina Vicent	
El movimiento de los indignados: un análisis desde la teoría performativa del lenguaje	270
Lucía Payero López	
Entropía comunicativa: Teoría del caos como modelo explicativo para la difusión de los mensajes del 15M en la red*	281
José Manuel Martín Corvillo	

La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en <i>Twitter</i>*	283
Enrique Arroyas Langa y Pedro Luis Pérez Díaz	
<i>Counter-framing nonviolent coercion: The case of the escraches by the PAH in the press</i>	286
Amador Iranzo and Salvador Seguí Cosme	
<i>Ten years of squatting in the news in Catalonia: critical discourse analysis of editorials and articles on squatting of the Catalan press at the height of the criminalisation wave 2006</i>	297
Galvão Debelle Rodrigues dos Santos	

Bloque III. Periodismo, medios de comunicación y cambio social

Part III. Journalism, media and social change

La representación de las mujeres inmigrantes en una muestra de la prensa española: deconstruyendo la invisibilidad	308
María Martínez Lirola	
Una controversia pública dislocada: prostitución, trata e información de actualidad	317
Vanesa Saiz Echezarreta	
La prensa y los feminicidios en el Estado de México. Una agenda pendiente	330
Natalia Ix-Chel Vásquez González, Guillermina Díaz Pérez y Araceli Pérez Damián	
Movimientos sociales y medios de comunicación: La experiencia de los okupas de Barcelona en los 90	341
Helena Domínguez García	
<i>Enquadramentos jornalísticos das Manifestações de Junho de 2013: ações dos Manifestantes</i>	354
Ana Cristina Consalter Amôr	
La cobertura de conflictos socioambientales desde un enfoque de cultura de paz: Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura regional*	367
Sandro Macassi Lavander	
La pobreza infantil en los medios de comunicación: evaluación y propuestas de mejora del tratamiento periodístico desde las ONG del sector	369
María San Felipe Frías	
El papel de los jóvenes en la construcción de los medios para el cambio social en España*	380
Sergio Villanueva Baselga, Juan Ramos Martín, Alejandro Barranquero y Gloria Rosique Cedillo	

La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Análisis cuantitativo y cualitativo de las emisoras de la provincia de Cádiz*	383
Gonzalo Ceballos Castro, Víctor Manuel Marí Sáez y Belén Macías Varela	
Laboratorio de Innovación Periodística: Contribuciones de la “indisciplina” y la “multidisciplinariedad” ante la crisis de los “medios”	386
Alfredo Casares Corrales y Leila Chivite Matthews	
Dinámicas de la comunicación para el cambio social en coyuntura: la experiencia de Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Noroeste Argentino, 1994-2014)	399
Alejandra García Vargas	
Activismo ciudadano en torno al derecho a la comunicación. Una iniciativa online para el análisis de los medios en España	411
Alejandro Barranquero Carretero, Alex Iván Arévalo Salinas, Belén Macías Varela y Gonzalo Ceballos Castro	

Bloque IV. Comunicación comercial, organizaciones y cambio social
Part IV. Commercial communication, organizations and social change

Las marcas y la seducción del activismo	426
María José Gámez Fuentes y Marcial García López	
Publicidad eficaz para el cambio social. Análisis de las campañas más eficaces en el área de Responsabilidad Social	438
Cristina González Oñate	
El consumo ético-político: una reflexión en torno a un concepto ampliado de participación ciudadana desde la teoría de los movimientos sociales	450
Ramón A. Feenstra	
Comunicación inclusiva y nueva publicidad: de la reflexión a la praxis*	458
María Cruz Alvarado López, Rocío Collado Alonso y Susana de Andrés del Campo	
“Ice Bucket Challenge”, la campaña solidaria que se convirtió en fenómeno viral. El caso español	461
Paloma López Villafranca y Ruth Gómez de Travesedo	
Del discurso asistencialista al enfoque de derechos: el caso de la Xarxa de Xarxes d’Acció Social i Cooperació	473
Celia Serrano Fernández	
Las redes sociales como herramienta para evaluar el <i>engagement</i> en las empresas. Caso Ikea	483
Laura Ibáñez Gallén y M ^a Jesús Muñoz Torres	

Publicidad social y estrategia persuasiva. Un estudio de contenido de las campañas contra el castigo físico a menores en España*	496
Ana Rosser Limiñana	
<i>Campanhas Sociais nos media: O Outubro Rosa em revistas de beleza e moda portuguesas</i>	498
Margarida Ladeira	
La percepción de los <i>stakeholders</i> de la Universidad Jaume I sobre las memorias de sostenibilidad como herramienta de comunicación	510
Lucía Bellés Colomer y María Ángeles Fernández Izquierdo	
<i>The role of civil society in inter-ethnic integration in post-conflict areas in the Balkans</i>	524
Blerta Tuci	
Comunicación para la solidaridad: las ONG y la comunicación social y periodística en la sensibilización de la opinión pública	537
Marta Isabel González Álvarez	
Los valores a través de la publicidad iberoamericana. Marco y propuesta de análisis léxico: los anuncios argentinos premiados en 2013	551
María Dolores Gutiérrez Guerrero y Juan Salvador Victoria Mas	
El Derecho Administrativo de la Comunicación*	560
Sara Sistero Ródenas	

Bloque V. Movilización social y emociones

Part V. Social mobilization and emotions

Indignación y movimientos sociales. Anatomía de una emoción moral	563
Joaquín Gil Martínez	
<i>Social Emotions and Perception of Collective Poverty: A New Advertising Communication Perspective</i>	574
Daniel Pinazo Calatayud and Cristina Díaz Martínez	
<i>La dimensió comunicativa de la protesta social. El cas del moviment antiglobalització i el model de la “diversitat tàctica”*</i>	588
Arnau Matas Morell	
Movimientos sociales en España. Las expresiones del malestar social en las sociedades del bienestar*	590
Antonio Fº Alaminos Chica y Clemente Penalva Verdú	
La tradición republicana en los movimientos sociales contemporáneos. Una aproximación a los <i>indignados</i>*	592
María Ángeles Abellán López	

El EZLN y el Movimiento 15M: Un análisis de sus elementos discursivos compartidos	594
Francisco Javier López Ferrández	
¿Entre la norma y la ruptura? La Marcha por la Diversidad Sexual en El Salvador*	606
Amaral Palevi Gómez Arévalo	
Subversión simbólica de la protesta en un contexto local a través de las movilizaciones de la Koordinadora del Parke Alcosa	608
Emma Gómez Nicolau y David Muñoz Rodríguez	
Ilusionados pero escépticos: la ciudadanía vasca como vector de la cultura de paz	619
Álvaro Ramírez Calvo	
Intereses privados en espacios públicos: El conflicto social del Parque de Galeras en Santiago de Compostela	632
Luis Antonio Ogando Des	
La producción audiovisual de las intervenciones urbanas como estrategia de marketing social. Caso: movilizaciones #TodosSomosAyotzinapa	644
Israel Alvarado Zariñana y María de las Mercedes Portilla Luja	

Bloque VI. Ciberactivismo, cambio social y movimientos sociales

Part VI. Cyberactivism, social change and social movements

<i>Cyberactivism, Civic Agency, and Social Change: the Significance of Discursive Civic Action*</i>	660
Manisha Pathak-Shelat	
Ciberactivismos peruanos: resonancias locales de un fenómeno global	663
Miguel Sánchez Flores	
Comunicación para el cambio social: uso de los dispositivos móviles y de la web social como canal de información y participación en el 15M	674
Ariadna Fernandez-Planells y Juan Linares	
<i>Apoderament online. El moviment intersexual i les plataformes virtuals com a mètode de lluita</i>	687
Laia Pitarch Centelles	
<i>A gender perspective on social media tagging: the case of Twitter hashtags of Gezi Park protests*</i>	698
Jale Balaban-Salı and Şeyma Esin Erben	
Movilización Política en la Red: estrategias discursivas de Pablo Iglesias en Twitter en la campaña del 25M	700
Celia Berná Sicilia, Helena Martínez Martínez y Beatriz Correyero Ruiz	

<i>Anàlisi comparada de l'ús de Twitter entre entitats del Moviment per la Pau colombianes i catalanes</i>	716
Laia Montoliu i Riu	
<i>The social media use of vegan activists in Turkey</i>	729
Şeyma Esin Erben and Jale Balaban-Sali	
Tres onces de septiembre en Facebook: contenido y <i>engagement</i> en la página de Facebook de la Asamblea Nacional Catalana*	744
Òscar Coromina y Emili Prado	
¿Más de lo mismo? ¿Qué comunican los movimientos sociales en los Social Media? La Plataforma de Afectados por la Hipoteca en Facebook	746
Ezequiel Ramón Pinat	
Dinámicas de comunicación y resistencia. El caso de #Ayotzinapa en YouTube	757
María Concepción Castillo González y María Elena Meneses Rocha	
El salto virtual del debate colectivo: potencialidades y limitaciones de las nuevas plataformas para la deliberación y la toma de decisiones ciudadanas	770
Francisco José Francés García	
<i>Deliberação online e participação política: uma proposta de análise articulada</i>	783
Daniele Ferreira Seridório e Caroline Kraus Luvizotto	
<i>The Internet can overcome the Collective Action Problem: Conditional commitment designs on Pledgebank, Kickstarter, and The Point/Groupon websites</i>	798
Roger Hallam	
Enfoque de ciudadanía y comunicación en las políticas de gobierno electrónico. Estudio de caso en el Perú	811
Cecilia Benavides Castro	
La democratización de la Administración electrónica: la evolución de las TIC hacia el Gobierno Abierto	823
Raquel Hernando Posada	

Bloque VII. Educación, sociedad civil y cambio social

Part VII. Education, civil society and social change

Comunicación educativa y cultura política en el Movimiento 15M*	848
Ángel Barbas Coslado	
Sexo en los medios de comunicación: ¿oportunidad pedagógica o pedagogía oportunista?	849
Jesús Castro Calvo, Rafael Ballester Arnal, María Dolores Gil Llarío y Cristina Giménez García	

Hacia una ciudadanía global: Enseñanza de aspectos culturales y de género en la universidad con la revistas de Oxfam Intermón	861
María Martínez Lirola	
Puntos de encuentro entre educomunicación y comunicación comunitaria*	871
Carme Mayugo i Majó	
Competencias profesionales y perspectiva de género en estudiantes de Licenciatura de comunicación	873
Ricardo Monroy Sánchez	
Marketing social con menores hijos/as de víctimas de violencia de género*	885
Ana María Rosser Limiñana y Raquel Suriá Martínez	
<i>Ensino do jornalismo deve criticar tradição e cultura: aprendizado sobre mídia e sociedade no caso do Formigueiro (Brasil, Amapá)</i>	887
Lylian Rodrigues	
<i>Comunicação, Educação e Direitos Humanos: um deslocamento de referencias*</i>	900
Ademilde Silveira Sartori	
La comunicación como estrategia para el cambio social en la universidad: Caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú	902
Evelyn Luna Victoria Vargas.	
Generación de espacios de formación y participación del personal administrativo en la Responsabilidad Social Universitaria: Fondos concursables para administrativos. Caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú	911
Ana Paola Román Carrasco	
¿Qué significa una práctica crítica del desarrollo? El potencial de los espacios educativos informales en la universidad	929
Victoria Pellicer Sifres, Alejandra Boni Aristizábal y Carola Calabuig Tormo	
La universidad como agente educativo para la transformación. El caso del proyecto “Misiones Interculturales”	941
Tomás Segarra Arnau y María Lozano Estivalis	
<i>Creating conditions for students' flourishing: A case study of capabilities developed through a non-formal learning community in a collegiate university*</i>	953
Eleanor Brown	
La escuela en el barrio. Cartografiando las necesidades de cambio socioeducativo*	956
Joan Andrés Traver Martí, María Lozano Estivalis y Auxiliadora Sales Ciges	
La línea del tiempo en la construcción de la escuela democrática: una herramienta para la transformación desde la participación horizontal	958
Arecia Aguirre García, Jordi Català Llorca, Ana Doménech Vidal y Paula Escobedo Peiro	

Claves para comprender los procesos de democratización en la escuela. Una aproximación teórica	968
Paola Ruiz Bernardo, Joan Andrés Traver Martí y Odet Moliner García	
<i>Pràctiques i concepcions que contribueixen a la construcció d'una escola i una societat més democràtica i participativa</i>	982
David Porcar Díaz y Valentín Sanmateo Trilles	
Una experiencia de participación democrática en el aula: una mirada inclusiva	993
Aida Sanahuja Ribés	
Incidencia de los contextos: familia, escuela y grupo de iguales en la adquisición de valores de tolerancia en la adolescencia	1004
Cinta Guinot Viciano	
Formación docente, clave para la promoción de la resiliencia en las escuelas	1017
Rosa Mateu Pérez, Raquel Flores Buils y Antonio Caballer Miedes	
El problema del acoso escolar entre la población de habla Maya en México: Concienciación de los escolares desde una perspectiva intercultural*	1027
María Isabel Bolívar Pérez e Ismael Ramos Ruiz	
<i>Els jocs de la pizza. Una proposta intercultural des de la didàctica de les Ciències Socials</i>	1029
Enric Ramiro Roca, Sergi Selma Castell y Sara Prades Plaza	
Visibilizando la sexualidad en las aulas como reto para educar en la diversidad	1040
Andrea Francisco Amat and Lidón Moliner Miravet	
Propuesta de una teoría de los sentimientos y la inteligencia sentiente Zubiriana: la transformación de los conflictos pacíficos y la educación para la Paz para “hacer las paces”	1048
Ángel Miranda Torres	
Educación popular en la gestión del territorio para la paz en Colombia	1056
Patricia Umbarila Laiton, Antonio Caballer Miedes y Raquel Flores-Buils	
Las consecuencias en la educación de los conflictos armados de baja intensidad: una primera aproximación a través de la técnica Delphi	1069
Luisa María Cervantes Duarte	
Pensando al docente como agente de transformación para una sociedad de paz. Necesidad de cultivar el pensamiento crítico y la praxis propositiva	1079
María Jesús Vitón de Antonio y Daniela Gonçalves	

Formación Democratizadora e investigación educativa reflexiva. Contribuciones de procesos de cooperación para el desarrollo en la construcción de la paz	1089
María Jesús Vitón de Antonio, Práxeres Muñoz Sánchez y Juan Benito Martínez	
La introducción de la estética y la antropología visual a la IAP: un recurso de alto potencial para el trabajo con población vulnerable	1102
Paula Andrea Valencia Londoño, Nora Margarita Vargas y Sor María Londoño	
Influencia de la creatividad, lateralidad e inteligencia musical en el rendimiento académico musical	1113
Gustau Olcina Sempere	
<i>Adolescents and youths involvement with persuasive technology to prevent gang engagement</i>	1126
Esther Esho	

Bloque VIII. Narrativas transmedia, activismo y cambio social
Part VIII. Transmedia narratives, activism and social change

No te dejes de cuentos. El poder de las narrativas transmedia para la transformación social*	1137
Marcial García López y Esther Simancas	
El potencial colaborativo de la narrativa documental interactiva en los movimientos sociales*	1139
Valentina Moreno Zambrano y Arnau Gifreu	
<i>elParlante: Modelizing an Edu-communication for social change and participatory video strategy</i>	1141
Jessica González Herrera	
El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI	1154
Arnau Gifreu-Castells	
El nuevo papel de las coproducciones filmicas entre España, Argentina y México	1178
Mar Binimelis Adell	
Nuevas formas de narrativa visual y diseño aplicado a la visualización de datos como estrategias generadoras de compromiso y empoderamiento social	1188
Elpidio del Campo Cañizares	
Juegos de realidad alternativa para la educación cívica en la universidad. Elementos de diseño: juego, narrativa y discurso*	1199
Nohemí Lugo Rodríguez y María Elena Melón Jareda	

Espacios de descubrimiento: juego y narrativa en <i>Gone Home</i>* Marta Martín Núñez	1201
<i>Between song and protest: constructing a collective identity in art activist groups*</i> Paula Serafini	1203
“Festival Del Norte Bravos Hijos: la paz es nuestro empeño”, hip hop para la construcción de paz y el cambio social en Norte de Santander Gladys Adriana Espinel Rubio y María Consuelo Saavedra Fonnegra	1205
15M. La expresión del conflicto en las canciones protestas Antonio Francisco Alaminos Fernández	1217
Comunicar el descontento a través de marionetas populares. De la barraca de feria al transmedia Comba Campoy	1233
<i>A journey into the growth and role of social activism in Kenya to foster social transformation</i> Kiprono Kemboi	1245
La Cultura de Paz en la fotografía humanista de Ripper y Salgado* Moema Costa Nascimento y Raquel Cabral	1253

Epílogo

Hacer las paces en tiempos de crisis: Veinte años trabajando para hacer las paces en la <i>Universitat Jaume I</i> Vicent Martínez Guzmán	1256
---	------

Introducción a #comunicambio: comunicación y sociedad civil para el cambio social

Alessandra Farné (farne@uji.es), Álex Iván Arévalo Salinas (aarevalo@uji.es)
y Eloísa Nos Aldás (aldas@uji.es)
[Proyecto E-comsoc MINECO](#)
IUDESP-UJI

Este libro se inscribe en el marco de un proyecto de investigación sobre la “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” llevado a cabo desde el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) de la Universitat Jaume I (UJI) de Castellón. En concreto, sus textos tienen su origen en diferentes procesos de investigación y evaluación en torno a un congreso organizado de manera colaborativa entre numerosas redes y equipos de investigación en Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social, y su red de debate en línea #comunicambio. Unas redes de investigación en las que colaboran académicos, profesionales de la comunicación o la innovación por el cambio social y miembros de organizaciones y de iniciativas de la sociedad civil. Enfoques interdisciplinares y teórico-prácticos desde el activismo, la institucionalización y la investigación de estos temas en cuyo diálogo se encuentra el verdadero avance de su conocimiento y aplicación, comunicativa y formativa. Enfoques y metodologías que buscan aportar a la universidad la frescura de una mirada preñada de utopías posibles desde la experiencia en el terreno del día a día. Un Congreso #comunicambio 2015 que se enmarcó de manera muy significativa entre dos hitos históricos: el cuarto aniversario del 15M, con el que queríamos dialogar cuando convocamos la fecha, 20-22 de mayo de 2015, y las Elecciones Municipales y Autonómicas del 24M, que aún no se habían convocado cuando se hizo la llamada del congreso, pero que, muy en línea con lo que en él se discutió, llevó propuestas directamente surgidas de los movimientos sociales a los ayuntamientos de Madrid y Barcelona, entre otros.

El congreso no se planteó únicamente como un foro exploratorio, sino como un proceso de investigación-acción que diera continuidad –y tratara de avanzar– en diferentes líneas. Por una parte, en los resultados del trabajo sobre temas de Epistemologías y Educación para la Paz y la Transformación de Conflictos de más de 20 años (en el marco del Máster Universitario en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo, su doctorado y las líneas de investigación que lo respaldan). Y por otra, en el diálogo de más de una década establecido entre la Comunicación, la Sociedad Civil y

las transformaciones sociales. Todo ello en el marco del Centro de Análisis de la Comunicación del Tercer Sector (C-ACTS) del actual grupo de investigación UJI “Desarrollo Social y Paz”, la Cátedra UNESCO de Filosofía de la paz de la UJI y el IUDESP. Algunos encuentros fueron clave para consolidar esta temática, como un Curso de verano sobre Publicidad social organizado en 2002 en la UJI, pero, sobre todo, gracias a las redes tejidas en el Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía en 2006 organizado por Javier Erro y Tere Burgui en Pamplona y ampliadas-digitalizadas en twitter con la etiqueta #comunicambio. Un foro que fue el arranque de numerosos proyectos (entre ellos el Foro Andaluz que sigue bien activo y que cogió el testigo de Pamplona) y, sobre todo, de la consolidación de una red de trabajo y de confianza que comparte un código base.

Estas páginas recogen por tanto las propuestas seleccionadas tras un proceso de evaluación por pares ciegos internacionales e interdisciplinares de las 255 iniciales recibidas para dicho encuentro. Al recogerlas en este monográfico, las editoras y el comité científico no suscribimos las ideas que incorporan, sino que consideramos que son miradas o aportaciones, en ocasiones innovadoras, en ocasiones que abren o reflejan líneas de debate incipientes en las que es necesario profundizar o con las que se creyó relevante dialogar en las diferentes sesiones del congreso de mayo de 2015. Una investigación centrada en compartir buenas prácticas narrativas que permitan construir nuevas historias eficaces para transformar aquellos entornos preñados de violencia cultural desde la epistemología y sus indicadores, las representaciones, el periodismo, la comunicación comercial, la sociedad civil y sus movilizaciones y acciones, la educación, el activismo (digital y artivismo). Una investigación basada en epistemologías de la comunicación de cambio social que conlleven otras formas de educar, de investigar, de actuar, que pongan a las personas por delante, la solidaridad, el reconocimiento y el empoderamiento, la justicia y la igualdad. Un proceso de investigación colaborativa en sí mismo que se enfrentó al reto de la búsqueda del equilibrio entre lo académico y lo político, a la complejidad de avanzar en el debate epistemológico, metodológico y aplicado de forma transformadora. De lograr evaluar asumiendo la complejidad y el reconocimiento de tantos perfiles y propuestas. De ahí que el tono de estos textos varíe mucho de unos a otros, que van de lo más académico hasta la sistematización de buenas prácticas por parte de aquellos implicados en ellas. Una ecología de saberes que buscamos siguiendo las ideas de las epistemologías del Sur de Boaventura da Sousa Santos.

Parte de la complejidad del proceso de selección y de estructuración en un monográfico proviene de los diferentes objetivos del congreso y de sus autores, que van de lo más metodológico y epistemológico a lo más aplicado y político. Los objetivos principales fueron construir un lenguaje útil para transformar las estructuras de injusticia, desde la legitimidad de un discurso académico pero aplicado y útil, que hackeara desde dentro los criterios de gestión y de medida basados en una eficacia económica y tradicional, tan solo cuantitativa, que dejaba fuera los matices y la potencia de la violencia simbólica, del poder simbólico que pone nombre a las cosas, que define las políticas y las verdades, y el modo de entender desde las profesiones implicadas (comunicación, educación, gestión pública, políticas, finanzas...) que el objetivo último es cultural, social, humano, y esos son los criterios e indicadores que necesitamos acordar y aplicar para que cada decisión, cada acción, sea favorable para la salud, felicidad y sostenibilidad de nuestras sociedades, en común, para todas y no solo para unas pocas desde la transversalidad, la vulnerabilidad, y los mecanismos pacíficos.

Este libro digital incorpora además en forma de conclusiones audiovisuales (enlaces al final de esta introducción) las reflexiones extraídas de las numerosas sesiones y sus debates, para que completen, maticen y abran vías de aplicación de los textos que aquí se incluyen. Textos que a veces son completos y otras sólo resúmenes (estos últimos, en el índice se marcan con un asterisco). Esto se debe a que la difusión de resultados de este proceso se ha abordado de manera integral entre este libro y diferentes convocatorias monográficas de revistas de impacto, resultados que podrán seguirse a través de las actualizaciones de la propia web www.comunicambio2015.uji.es y de los perfiles de twitter @comunicambio15 y el hashtag #comunicambio.

La división en líneas temáticas (LT), en aras de la claridad, ha supuesto en ocasiones una verdadera esquizofrenia cognitiva al tratar de clasificar propuestas que, por su transversalidad e interdisciplinariedad, podían encajar en varias de ellas. La estructura original en LT conforma los diferentes bloques de este libro.

Mencionar además el hecho de que algunos textos no están escritos en la lengua nativa de los autores y las autoras, y que en el proceso de edición se ha buscado el equilibrio entre el respeto al original y la claridad. Este libro por tanto incluye textos en castellano, inglés, catalán y portugués.

A grandes rasgos, en el **bloque I “Comunicación y cambio social: epistemologías e indicadores”** el lector encontrará propuestas de enfoque epistemológico que se enmarca

desde un estudio bibliométrico sobre la presencia de la Comunicación para el Desarrollo y la Comunicación para el Cambio Social (CDCS) en las revistas impacto, que mapea los conceptos clave que definen estos campos (1) *Comunicación para el Desarrollo*; 2) *Comunicación para el Cambio Social*; 3) *Comunicación Solidaria*; 4) *ONG/ONGD y comunicación*; 5) *Tercer Sector/Tercer Sector Audiovisual*; 6) *Medios Comunitarios/ciudadanos/alternativos*; 7) *Movimiento social/TIC/Sociedad de la Información*; 8) *Movimiento ciudadano/TIC/SI*; 9) *Participación social/ciudadana/TIC*) y apunta a los principales autores de los mismos, algunos de ellos presentes en el congreso (Clemencia Rodríguez, Víctor Sampedro, Francisco Sierra o Thomas Tufte). A continuación, este apartado incluye los abstracts de un análisis hermenéutico, semiótico y político del caso de Podemos y otro del parasitismo en las comunicaciones del 15M (la reducción del esfuerzo cognitivo como eje del lenguaje de la protesta). Además, incorpora investigaciones sobre los indicadores de desarrollo mediático (IDM) en Uruguay, que sistematizan su aplicación y las incertidumbres conceptuales surgidas en dichos procesos, o la evaluación de la comunicación en la transformación de conflictos, al estudio de la Enseñanza de la comunicación aplicada y planes de estudio en México, o la importancia de la competencia mediática para los actuales ecosistemas mediáticos cambiantes. Por otro lado, hay tres capítulos que se ocupan de los elementos estratégicos puestos en práctica por los movimientos sociales para la promoción de la gestión abierta y emancipadora de los nuevos medios como herramienta de empoderamiento social, uno con especial atención a las TIC, y dos aproximaciones desde la sociología a la repolitización de la teoría de las capacidades y a las presiones posmodernas e hitos biográficos como fuentes de comunicación y pozos de incomunicación. Asimismo, hay otro grupo que incluye varias aproximaciones e incursiones en la aplicación de la investigación para la paz en la educación y la comunicación para el cambio hacia culturas de paz, desde el cine a la ciencia.

Otro punto central de este libro es el debate sobre la construcción de la figura de la víctima y sus representaciones en diversos medios de comunicación como las series televisivas, el periodismo o los documentales, entre otros. Este aspecto se complementa con algunas reflexiones sobre la transformación de la víctima, tradicionalmente concebida como una figura pasiva y dependiente, y la necesidad de representar o promover su papel activo y empoderado en relación a la modificación de su situación de vulnerabilidad o exclusión desde nuevas conceptualizaciones como afectados o indignados. Todos estos temas se engloban en el **bloque II “De víctimas a indignados:**

discursos, representaciones y empoderamiento”, que concentra 19 textos, 14 de ellos escritos en castellano, 4 en inglés y 1 en portugués-brasileño. De esta cantidad, 4 son *abstract*. Estos capítulos se agrupan en temas como la representación de la víctima en las series televisivas a través de los casos de la homosexualidad y la juventud; la medición del empoderamiento en personas con discapacidad y los beneficios de los programas de radio en personas privadas de libertad; la relación entre la comunicación y la salud en el tratamiento de enfermedades como la esquizofrenia y algunas tropicales en contextos de pobreza; el género y la comunicación desde el análisis de los documentales y las cuentas de Twitter; una perspectiva sociológica, política y comunicativa de la movilizaciones sociales en el contexto español reciente con el movimiento 15M, la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) y las mareas ciudadanas y a nivel internacional en los movimientos contra la austeridad en Portugal. Por último, en este bloque se incorporan trabajos sobre la cobertura periodística de las protestas a partir de metodologías como el estudio de los marcos y el análisis crítico del discurso en las representaciones de la PAH y el movimiento okupa.

El papel del periodismo en los conflictos desde una perspectiva transformadora tiene continuidad en el **bloque III “Periodismo, medios de comunicación y cambio social”** que incluye 12 capítulos (11 en castellano y 1 en portugués-brasileño), de los cuales 4 son *abstract*. Los textos profundizan en la responsabilidad social que tienen los medios de comunicación en crear un clima propicio para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. Un tipo de periodismo encargado de fomentar el debate, la reflexión, el reconocimiento mutuo y la participación, donde las diferencias sean gestionadas de manera pacífica, creando puentes y revitalizando la función social del periodismo como contrapoder de los abusos. Este planteamiento ha adquirido mayor notoriedad ante la paulatina conciencia de las diversas dependencias que presentan algunos grandes medios de comunicación con los poderes económicos y políticos, lo cual afecta la calidad de las informaciones al establecer filtros y controles que obstaculizan el ejercicio libre e independiente de la profesión periodística. Algunos textos de este bloque abarcan temas como la representación de las mujeres en la prensa escrita, tomando como casos de estudio las mujeres inmigrantes, los feminicidios, la prostitución y la trata; el análisis de los contenidos desarrollados por movimientos sociales recientes, el movimiento okupa, las ONG y algunos colectivos sociales de carácter audiovisual que incluye, en algunos casos, un estudio de su relación con los medios de comunicación tradicionales. También se incorporan temas como la cobertura de los conflictos medioambientales y el

periodismo de paz o la comunicación popular a través de las radios públicas y comunitarias. De manera específica, se realiza un análisis del impacto social de estos proyectos tanto a través de la investigación de diversas variables como el tipo de gestión o los discursos que difunden y, en otros casos, se indaga en el tipo de formación que reciben los jóvenes que participan en estos programas de radio. Por último, se profundiza en las innovaciones aplicadas al trabajo periodístico incorporando enfoques multidisciplinares.

El **bloque IV “Comunicación comercial, organizaciones y cambio social”** arranca con la fagocitación del discurso de los NNMMSS por las marcas y sus peligros, la revisión del concepto de eficacia en diálogo con el cambio social con el análisis de un ejemplo de Intermón Oxfam premiado por los EFI, el consumo ético-político, la publicidad/comunicación inclusiva, campañas virales como la “Ice Bucket Challenge” o iniciativas de trabajo y comunicación en red desde las ONGD como “la Xarxa de Xarxes d’Acció Social i Cooperació”. Por otro lado, este bloque incorpora dos estudios desde la economía social: las redes sociales como herramienta para evaluar el *engagement* en las empresas (Caso Ikea) y la RSC en instituciones como la universidad (RSU). Por otro lado, continúan reflexiones sobre el papel de la sociedad civil en los procesos postconflicto en los Balcanes, un estudio de contenido de las campañas contra el castigo físico a menores en España y otro en portugués sobre el Octubre Rosa en las revistas de belleza y moda, una investigación sobre la profesionalización de las ONG desde el concepto “Comunicación para la Solidaridad” y el eterno debate relación medios de comunicación y ONG(D), los valores a través de la publicidad iberoamericana (anuncios argentinos premiados en 2013) y el Derecho Administrativo de la Comunicación.

En el **bloque V “Movilización social y emociones”** los dos primeros capítulos abordan esta relación primero desde una perspectiva más teórica de las emociones morales, y el segundo en relación a las emociones sociales colectivas y el discurso publicitario de las ONGD. Los diferentes textos sobre movilizaciones sociales abordan desde la dimensión comunicativa de la protesta social en el movimiento antiglobalización y la “diversidad táctica” violencia/noviencia, hasta movimientos sociales actuales en España (uno de los resúmenes desde la tradición republicana y otro en comparación con el EZLN). Asimismo, se incluyen aproximaciones a otros casos de estudio de interés como la Marcha por la Diversidad Sexual en El Salvador, la subversión simbólica de la protesta alcanzada por las movilizaciones de la Koordinadora del Parke Alcosa o las intervenciones urbanas de las movilizaciones #TodosSomosAyotzinapa. Por último,

destacar otros dos estudios de este bloque: uno que analiza la acción de la ciudadanía vasca como vector de la cultura de paz y otro que revisa el diálogo entre intereses privados y espacios públicos en el conflicto social del Parque de Galeras en Santiago de Compostela.

En el **bloque VI “Ciberactivismo, cambio social y movimientos sociales”** se encuentran textos que abordan esta temática alrededor de cinco áreas principales. En primer lugar, varias aportaciones abarcan la cuestión general del ciberactivismo por su valor para la acción colectiva, con ejemplos desde España, Perú, Turquía, India y un enfoque global al movimiento intersexual. El segundo grupo de textos se centra en el análisis de Twitter en relación al enfoque de género en las protestas en Turquía, el discurso de Pablo Iglesias en la campaña electoral europea de 2014 y los movimientos por la paz en Colombia y Cataluña. En tercer lugar, dos textos analizan Facebook, centrándose en la Asamblea Nacional Catalana y la PAH. El cuarto eje aborda el videoactivismo en YouTube con un caso sobre la movilización en Ayotzinapa. Finalmente, el último grupo aborda la relación entre Internet y la participación, con textos sobre las plataformas *online* de decisión, el estudio de una Web para votar en Brasil, las plataformas con diseño condicional para crear compromiso, iniciativas de gobierno electrónico en Perú y los portales de transparencia en España.

En el **bloque VII “Educación, sociedad civil y cambio social”** las aportaciones abordan experiencias, tanto en espacios formales como no formales, que profundizan en la cuestión de cómo avanzar hacia el cambio social desde los espacios educativos o qué papel juegan las redes en este necesario cambio social y educativo. Por lo que respecta a las experiencias sobre los espacios formales (escuela y universidad), las propuestas plantean muchos interrogantes tales como ¿Qué estructuras favorecen o dificultan la participación ciudadana/comunitaria? o ¿Cómo conseguir la participación en las escuelas democráticas? En el caso de los espacios no formales, las aportaciones se centran en experiencias como el 15M, donde se reveló la importancia de aprender de las dinámicas de participación y comunicación de estos entornos para incorporarlas a los ámbitos educativos formales. En este sentido, encontramos como proyectos de comunicación surgidos a raíz del 15-M se convirtieron en instrumentos para la formación en cultura política, y las redes sociales contribuyeron en esta línea. Otros ejemplos como la educación comunitaria y de comunicación se consolidan como herramientas para la convivencia.

En el **bloque VIII “Narrativas transmedia, activismo y cambio social”** las propuestas se desarrollan alrededor de cinco temáticas. Por una parte, la cuestión transmedia se aborda transversalmente en casi todas las aportaciones de este bloque y especialmente en un texto que explora el potencial de la narrativa y comunicación transmedia para el cambio social. En segundo lugar, se aborda el activismo desde la perspectiva de los vídeos, con ejemplos de documentales y películas con potencial transformador. El tercer eje incluye los videojuegos y nuevas estrategias para crear compromiso social. En cuarto lugar, se explora la música como vehículo para el activismo, con ejemplos desde Reino Unido, España y Colombia. Finalmente, unos textos abordan otras propuestas artísticas, con ejemplos de fotografía, teatro de marionetas en España y graffiti en Kenya.

Finalmente, el **epílogo** incluye un texto de una firma invitada, Vicent Martínez Guzmán, director honorífico de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz de la Universitat Jaume I, Castellón y fundador del Máster Universitario en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo de la UJI con cuyo 20 aniversario este libro dialoga. “Hacer las paces en tiempos de crisis: Veinte años trabajando para hacer las paces en la *Universitat Jaume I*” aplica los fundamentos epistemológicos de la filosofía para hacer las paces a la actualidad de la crisis económica y política desde una perspectiva de las capacidades y competencias humanas para vivir en paz. Este apartado final revisa a fondo el problema de las dicotomías entre teorías y prácticas y el uso distorsionado y peligroso de conceptos como el de austeridad, propuestos desde el postdesarrollo, por las políticas europeas actuales, abordando la política como conflictiva y parte de la naturaleza humana y revisando las implicaciones de la responsabilidad y la convicción.

Para ampliar la información recogida en este libro se pueden consultar los vídeos de las sesiones y conclusiones del congreso #comunicambio 2015: <http://www.comunicambio2015.uji.es/videos/>

Introduction to #com4change: communication and civil society for social change

Alessandra Farné (farn@uji.es), Álex Iván Arévalo Salinas (aarevalo@uji.es)
and Eloísa Nos Aldás (aldas@uji.es)
[Project E-comsoc MINECO](#)
IUDESP-UJI

This book was developed within the framework of a research project on “*Evaluación e indicadores de Sensibilidad Moral en la Comunicación Actual de los Movimientos Sociales*” (Evaluation Model and Indicators of Moral Sensitivity in the Current Communication of Social Movements) carried out by the Interuniversity Institute of Social Development and Peace (IUDESP) at the University Jaume I (UJI) of Castellón. Specifically, the enclosed texts derive from different research and reviewing processes around a congress that was organized collaboratively by different networks and research teams on Communication, Civil Society and Social Change, and its online debate network #comunicambio. These are research networks of academics, professionals of communication and innovation, and members of organizations and initiatives from civil society. They include interdisciplinary and theoretical-practical approaches from activism, institutionalization and research on these topics, whose interrelations constitute an actual advance of their communicative and formative knowledge and application. These approaches and methodologies seek to add a fresh perspective to universities, loaded with utopias made possible by day-to-day experiences. The congress #comunicambio 2015 took place on May 20-22, 2015, and it was significantly held between two historic milestones. On the one hand, there was the fourth anniversary of the 15M, with which we wanted to dialogue when we set the dates. On the other, the Spanish Local and Regional Elections on 24M (May 24), which were not yet announced when we disseminated the call for the congress, but that, in line with the debates generated in it, led some proposals arisen directly from social movements to Town Halls in Madrid and Barcelona, among others.

This congress was planned not just as an exploratory forum, but also as a process of research-action to continue with –and advance in– several areas. On the one hand, the results of 20 years working on issues of Epistemologies and Education for Peace and transformation of conflicts (within the framework of the Master in International Studies in Peace, Conflict and Development, its Doctorate Program and research strands that sustain them) at the UJI. On the other hand, it was also built on more than a decade of

dialogue between Communication, Civil Society and social transformations. These contributions were established in the framework of the Center of Analysis of Communication in the Third Sector (C-ACTS) of the current research group “Social Development and Peace”, the UNESCO Chair of Philosophy for Peace, and the IUDESP. Some key events also helped to consolidate this theme, such as a Summer Course on Social Advertising in 2002 at the UJI and, especially, the networks built around the Communication, Education and Citizenship Forum in 2006, organized by Javier Erro and Tere Burgui, and amplified-digitalized on Twitter with the hashtag #comunicambio. This forum was the starting point for several projects (among which there is the Andalusian Forum that took the helm from Pamplona) and, particularly, the consolidation of a network based on collaboration and trust that shares a common code.

Therefore, the book collects the proposals selected through a blind peer review process at international and interdisciplinary levels of the 255 submissions received at this event. By gathering the selected articles in this publication, the editors and the scientific committee do not subscribe to the ideas presented in them; however, we consider them to be approaches or contributions, sometimes innovative, sometimes opening or reflecting preliminary debates that need to be further explored or that we believed were relevant to establishing a dialogue between the different sessions of the congress in May 2015. This study is focused on sharing good narrative practices that allow for the creation of new effective stories, to transform those environments embedded with cultural violence through epistemology and its indicators, representations, journalism, commercial communication, civil society with its mobilizations and actions, education, and activism (digital and activism). It is a study based on epistemologies of communication for social change that entail other forms of educating, doing research and acting, which would prioritize people, solidarity, recognition and empowerment, justice and equality. It is a process of collaborative research in itself that faced the challenge of searching for an equilibrium between the academic and the political, the complexity of advancing the epistemological and methodological debate and applying it in a transformative way, and trying to evaluate while assuming the complexity and recognition of many profiles and proposals. Therefore, the tone of these publications varies considerably from one chapter to another, ranging from a more academic approach to the systematization of good practices by people involved in them. This text is an ecology of knowledge that we have pursued according to the epistemologies of the South proposed by Boaventura da Sousa Santos.

Part of the complexity of the process of selection and structuring of a compiled book derives from the different objectives of the congress and its authors, ranging from methodological and epistemological approaches to a more applied and political focus. The main goals were to build a useful language aimed at transforming the structures of injustices from two directions. On the one hand, from the legitimacy of an academic discourse –applied and useful– that would hack from the inside those criteria of management and measurement based on traditional economic efficiency, but only quantitative-based, that leave out the nuances and power of symbolic violence, of the symbolic power that names things, define policies and truths. On the other hand, the way of understanding from the involved professions (communication, education, public management, legislation, finance...) that the ultimate goal is cultural, social, human, and that these criteria and indicators are the ones we need to agree on and apply. The purpose is that any decision, any action, could favor the health, happiness and sustainability of our societies, to be shared by all and not just a few, from a transversal approach, vulnerability, and peaceful mechanisms.

This digital book, also includes the links (at the end of this introduction) of the audiovisual conclusions with the reflections extracted from the numerous sessions and debates, in order to complete, qualify and open up ways to apply the texts included herein. Some texts appear as book chapters, whereas others are presented only as abstracts (the latter are marked with an asterisk in the table of content). This results form an integral approach on the dissemination of the results with this book and other calls for papers in journals, and which can be followed on the webpage (www.comunicambio2015.uji.es), and Twitter account @comunicambio15 and general topic #comunicambio as well.

The organization in thematic lines, for the sake of clarity, has sometimes implied a cognitive schizophrenia for trying to classify proposals that, for their transversal and interdisciplinary approaches, could fit in several areas. The original structure of the topic lines defines the different parts of this book. This publication comprises chapters in Spanish, English, Catalan, and Portuguese. It is also noteworthy to mention that some of the texts are not written in the native language of their authors and, in the editing process, we strived for the balance between the respect for the original version and clarity.

Broadly, in **part I “Communication and social change: epistemologies and indicators”** the reader will find proposals of epistemological approach based on a bibliometric study on the presence of Communication for Development and

Communication for Social Change (CDSC) in impact journals. It maps the key concepts that define these fields: 1) Communication for Development; 2) Communication for Social Change; 3) Communication for Solidarity; 4) NGOs/NGDOs and communication; 5) Third Sector/ Audiovisual Third Sector; 6) Community/citizen/alternative media; 7) Social movements/ICTs/Information Society; 8) Citizens movement/ICTs/IS; 9) Social participation/citizens/ICTs; and it points to their main authors, some of whom were also participating in the congress (Clemencia Rodríguez, Víctor Sampedro, Francisco Sierra, or Thomas Tufte). Then, this part includes the abstracts of a hermeneutic, semiotic and political analysis of the case of Podemos and another on the parasitism in the communication of the 15M (the reduction of cognitive effort as the linchpin for protest language). Besides, there are chapters on indicators of media development in Uruguay (that systematize its application and conceptual concerns raised in the process), the evaluation of communication in conflict transformation, the study of teaching applied communication in Mexico, or the importance of media literacy in actual changing media ecosystems. On the other hand, three chapters address the strategic elements implemented by social movements for the promotion of an open and emancipatory management of new media as a tool for social empowerment (one focused on ICTs and two approaches from sociology to the re-politicization of the theory on capacities, and the postmodern pressures and biographic milestones as sources of communication and a well of uncommunicativeness). Moreover, a final group includes several approaches to and inquiries into the application of peace research in education and communication for change towards cultures of peace, from cinema to science.

Another focal point of this book is the debate on the construction of the figure of victim and its representations in different media, such as TV series, journalism, or documentary, among others. This aspect is complemented by some reflections on the transformation of the victim, traditionally conceived as a passive and dependent figure, and the need for representing or promoting their active and empowered role in regard with the modification of the situation of vulnerability or exclusion from new conceptualizations as affected or indignant. All these topics are compiled in **part II “From victims to indignant: discourses, representations and empowerment”** that presents 19 chapters (14 in Spanish, 4 in English and one in Portuguese), four of which are only abstracts. These chapters revolve around topics such as the representation of victims in TV series through cases of homosexuality and youth; measuring empowerment in people with disabilities and benefits of radio programs for people deprived of liberty;

the relation between communication and health in treatment of diseases such as schizophrenia or tropically-related in impoverished contexts; gender and communication from the analysis of documentaries or Twitter accounts; a sociological, political and communicative perspective of social mobilizations in the recent Spanish context of 15M, the Platform of the Affected by the Mortgages (PAH) and tides of citizen action, as well as at an international level with the anti-austerity movements in Portugal. Finally, this part includes chapters on the journalistic coverage of protests based on methodologies such as the study of frames and critical discourse analysis in the representations of the PAH and squatter movement.

The role of journalism in conflicts from a transformative perspective continues in **part III “Journalism, media and social change”** that comprises 12 chapters (11 in Spanish and one in Portuguese), four of which are only abstracts. The chapters focus on media social responsibility in creating a favorable environment for improving peoples’ living conditions. A kind of journalism aimed at fostering debate, reflection, mutual recognition and participation, where differences are tackled in a peaceful way, building bridges and revitalizing the social function of journalism as a counter-power to abuses. This approach has gained more visibility as a result of the gradual increase of awareness regarding the different situations of dependency of some major media with economic and political powers, which affect the quality of information by applying filters and controls that obstruct the practice of free and independent journalism. Some chapters address topics such as the representation of women in the press, with case studies of immigrant women, feminicides, prostitution and trafficking; the analysis of content developed by recent social movements, the squatter movement, NGOs and some audiovisual social collectives that include, in some cases, a study on their relationship with traditional media. Moreover, there are topics such as the coverage of environmental conflicts and peace journalism or popular communication through public and community radio. Specifically, the social impact of these projects is analyzed both through the inquiry into different variables such as the type of management or the discourses that they disseminate, and also by addressing the type of training that young people receive in these radio programs. Finally, there are reflections on the innovations applied to the practice of journalism with multidisciplinary approaches.

Part IV “Commercial communication, organizations and social change” opens with a chapter that analyzes how brands gobble up the discourses of new social movements and the risks involved; a revision of the concept of efficacy in relation to

social change with a case study on Intermón-Oxfam that has been distinguished by the EFI awards; the ethical-political consumption; advertisement/inclusive communication; viral campaigns such as the “Ice Bucket Challenge”; and initiatives of networked communication and work from NGOs, such as the Xarxa de Xarxes d’Acció Social i Cooperació. Besides these texts, this part includes studies from social economy: social media as tools for assessing corporate engagement (a case on Ikea) and CSR in institutions such as universities (SRU). Moreover, there are further reflections on the role of civil society in post-conflict processes (the Balkans case); a study on campaigns against corporal punishment of minors in Spain; a chapter on Pink October in Portuguese fashion magazines; a study on the professionalization of NGOs from the concept of “Communication for Solidarity” and the eternal debate on the relationship between media and NGOs; values through Ibero-American advertisements (Argentinian ads award winners in 2013); and Administrative Law in communication.

In **part V “Social mobilization and emotions”**, the first two chapters address this topic firstly from a more theoretical perspective on moral emotions and secondly in relation to collective social emotions and the advertising discourse of NGOs. The different chapters on social mobilizations address the communicative dimension of social protest in the anti-globalization movement, the “diversity of tactics” violence/nonviolence, and actual social movements in Spain (one from the republican perspective and another with a comparison with the EZLN). Besides these, there are chapters with other relevant case studies, such as the Demonstration for Sexual Diversity in El Salvador, the symbolic subversion of the protest in the mobilizations of the *Koordinadora del Parque Alcosa*, and the urban initiatives for #TodosSomosAyotzinapa. Finally, it is worth mentioning two other chapters: one analyzing civic action in the Basque Country as a channel for peace culture, and another on the dialogue between private interests and public spaces in the social conflict for Parque de Galeras in Santiago de Compostela.

In **part VI “Cyberactivism, social change and social movements”** the different chapters address this theme around four main focal points. First, some chapters tackle the general issue of cyberactivism for its valuable role in collective action, with cases from Spain, Peru, Turkey, India, and a global perspective on the intersex movement. The second group focuses on analyzing Twitter, with specific cases on gender approach in protests in Turkey, the discourse of Pablo Iglesias in the 2014 European election campaign, and peace movements in Colombia and Catalonia. A third group analyses

Facebook, focusing on the Assemblée Nacional Catalana, and the PAH. Video activism on Youtube is a fourth sub-topic, with an analysis of mobilization around Ayotzinapa. Finally, the last group addresses the relation between Internet and participation, with chapters on platforms for online decision-making, a web for online voting in Brazil, webs with conditional design to increase collective engagement, e-governance in Peru, and websites for public transparency in Spain.

In **part VII “Education, civil society and social change”** chapters address experiences, both in formal and informal environments, that delve into the question of how to advance in social change from educational contexts or what is the role of networks in this necessary social and educational change. Regarding experiences in formal environments (school and university), the proposals raise many questions, such as: Which structures favor or obstruct citizen/community participation? How do we promote participation in democratic schools? In the case of non-formal environments, chapters focus on experiences such as the 15M, where the importance of learning from the dynamics of participation and communication of these contexts and incorporate them to formal educational environments was made visible. In this regard, several communicative projects arisen around the 15M turned into tools for learning cultural politics and social media also contributed in this process. Other examples, such as community education or communication have also consolidated themselves as tools for coexistence.

In **part VIII “Transmedia narratives, activism and social change”** chapters revolve around five main issues. Firstly, transmedia is a cross-cutting theme in almost all the proposals included in this part and, more specifically, in a chapter that explores the potential of transmedia narrative and communication for social change. Secondly, activism is addressed focusing on videos, with examples of documentaries and films with transformative potential. The third group includes videogames and new strategies to promote social engagement. In the fourth group, chapters explore music as a form of activism, with examples from the United Kingdom, Spain, and Colombia. Finally, some chapters address other artistic proposals, with case studies on photography, puppet theatre in Spain, and graffiti in Kenya.

Finally, the book provides an **epilogue** (in Spanish) provided as invited author by Vicent Martínez Guzmán, honorary director of the UNESCO Chair of Philosophy for Peace at the Universitat Jaume I of Castellón and founding member of the Master in International Studies in Peace, Conflict and Development, whose 20th anniversary set the basis for the dialogue compiled in this book. *“Hacer las paces en tiempo de crisis: Veinte*

años trabajando para hacer las paces en la Universitat Jaume I (Making peaces in times of crises: Twenty years working to make peaces at Universitat Jaume I) applies the epistemological foundations of philosophy for making peaces to the current economic and political crisis from the perspective of human capacities and competences for living in peace. This final chapter revises in depth the problem of dichotomies between theories and practices, and the distorted and dangerous use of concepts such as austerity, proposed from post-development, in current European policies, addressing politics as conflictive and a part of human nature, and revising the implications of responsibility and conviction.

If you wish to broaden the information compiled in this book, you can consult the videos of the different sessions and the conclusions of the congress #comunicambio 2015: <http://www.comunicambio2015.uji.es/videos/>.

Bloque I
Comunicación y cambio
social: epistemologías e
indicadores

Part I
Communication and social
change: epistemologies and
indicators

Análisis bibliométrico de los artículos publicados sobre “Comunicación, Desarrollo y Cambio Social” en las diez primeras revistas de comunicación en España (2002-2012)

Bibliometric analysis of the articles published on “Communication, Development and Social Change” in the top ten journals of communication in Spain (2002-2012)

Víctor Manuel Marí Sáez, Universidad de Cádiz
Gonzalo Ceballos Castro, Universidad de Cádiz

Resumen

En los últimos tiempos se han ido sucediendo una serie de trabajos de investigación que dan cuenta de la tardía institucionalización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) en España (Sáez y Barranquero, 2010; Fernández Viso, 2012). En este contexto, la presente investigación aborda el análisis bibliométrico del campo de la CDCS en España. Para ello se han analizado las diez primeras revistas de Comunicación durante el periodo 2000-2012, un intervalo que coincide con la eclosión e institucionalización de la CDCS. Metodológicamente, la investigación parte de trabajos similares realizados en el plano internacional (Morris, 2003; Tacchi y Lennie, 2013) y nacional (Martínez Nicolás y Saperas, 2011; Castillo, Rubio y Almansa, 2012; Fernández-Quijada y Masip, 2013).

Las preguntas de investigación que orientan el presente trabajo son las siguientes: ¿cuál es el peso de la CDCS en el periodo indicado? ¿Existe una correspondencia entre el auge del campo y el número de artículos publicados? ¿Cuáles son las revistas y los autores que han publicado sobre la CDCS? Los resultados de la investigación apuntan a una presencia marginal del campo de la CDCS en el conjunto de la producción bibliográfica del periodo estudiado, así como a un relativo aumento de los artículos sobre esta materia, que se corresponde con la progresiva institucionalización del campo en España.

Palabras clave

Comunicación y desarrollo; cambio social; bibliometría; índice de impacto; institucionalización.

Abstract

In recent times there have been a succession of research papers that give an account of the delayed institutionalization of Communication for Development and Social change (CDCS) in Spain (Barranquero and Sáez, 2009; Fernandez Viso, 2012). In this context, this study addresses the Bibliometric analysis of the CDCS in Spain, analysing the first ten journals of communication during the period 2002-2012, an interval that coincides with the emergence and institutionalization of the CDCS. Methodologically, the research is based on similar work done at the international level (Morris, 2003, Tacchi and Lennie, 2013) and national (Saperas (2011), Martínez Nicolás y Saperas (2011), Castillo, Rubio and Almansa (2012), Fernández-Quijada y Masip (2013).

The questions that guide the present work are the following: what is the importance of the CDCS in the indicated period? Is there a correspondence between the rise of the field and the number of articles published? What are the journals and authors that have published about the CDCS? The results of the investigation indicate a marginal presence of the CDCS on the whole of the bibliographical production of the studied period, as well as a relative increase of articles on this subject, which

corresponds to the gradual institutionalization of the field in Spain.

Keywords

Communication and Development; social change; bibliometrics; impact index; institutionalization.

Biografía

Víctor Manuel Marí Sáez. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Premio Extraordinario de doctorado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Director del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz y la revista *Commons* editada por el Grupo. Actualmente es profesor Contratado Doctor en la Universidad de Cádiz en el Departamento de Marketing y Comunicación. Participa con asiduidad en postgrados especializados en comunicación de varias universidades españolas. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador), en la Universidad de Temuco (Chile) y en la Universidad de Roskilde (Dinamarca). Ha formado parte en la coordinación y dirección de investigaciones sociológicas como experto en investigación social y comunicación en diferentes proyectos. Ha desarrollado sus funciones como investigador participante en diferentes proyectos como planes nacionales de I+D+i y en proyectos de investigación de excelencia de la Junta de Andalucía. Como investigador principal ha desarrollado un proyecto para la Agencia española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID). Autor de una amplia producción artículos, libros y colaboraciones sobre comunicación, nuevas tecnologías, movimientos sociales, participación; ONG; artículos publicados en revistas nacionales e internacionales especializadas en la materia. Correo electrónico: victor.mari@uca.es.

Gonzalo Ceballos Castro. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Miembro del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Miembro de la Secretaría de Redacción de la revista *Commons*. Colaborador en el equipo investigador de la UCA Comunicación y Ciudadanía Digital que integra el equipo del Plan Nacional I+D+i CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Investigador Principal: Dr. Manuel Chaparro Escudero (Universidad de Málaga-UMA). En la actualidad realiza el Doctorado Interuniversitario en Comunicación en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es.

El enfoque de la(s) capacidad(es) y el discurso del desarrollo humano: una propuesta para su repolitización

The capability approach and the human development discourse: a proposal for its repoliticization

Guillermo Otano Jiménez, Universidad Pública de Navarra

Resumen

La presente comunicación tiene por objetivo explorar la relación entre el enfoque de las capacidades y el discurso del desarrollo humano. El argumento que sostengo es que, para convertirse en una práctica social, el discurso del desarrollo humano debe incorporar la idea de responsabilidad en el diagnóstico de las desigualdades. Este propósito implica desplazar la atención de la evaluación de las capacidades a las relaciones de poder que condicionan las posibilidades del cambio social.

La comunicación se divide en tres partes. En la primera explico el significado del enfoque de la capacidad elaborado inicialmente por Sen. En la segunda resumo los principales motivos de la controversia que el economista indio mantiene con la filósofa americana Martha Nussbaum en torno a la posibilidad de elaborar una lista de capacidades que sirva como guía para la acción pública. Mi objetivo es indagar las ventajas y desventajas que presentan sus interpretaciones del enfoque para la práctica del desarrollo humano. En ambos casos, su defensa de la razón pública como mecanismo de cambio social carece de un análisis sistemático de las relaciones de poder.

Por esta razón, en la parte final del documento introduzco el concepto de “empoderamiento comunicativo” como capacidad colectiva. Dicho concepto sirve para articular tres tipos de prácticas sociales relacionadas con el desarrollo humano: (1) la toma de conciencia de las desigualdades; (2) la movilización de recursos para la acción colectiva; y (3) la participación social en la definición pública de los “problemas sociales”. Estos tres tipos de prácticas van encaminadas al fortalecimiento del compromiso democrático con el bienestar humano.

Palabras clave

Discurso; cambio social; capacidades; desarrollo humano; justicia social.

Abstract

The aim of this paper is to explore the relationship between the capability approach and the human development discourse. My argument is that, in order to become a social practice, the human development discourse should introduce the concept of responsibility in the assessment of inequalities. In order to do so, we should shift our focus from the individual capabilities to the power relationships that determines the possibilities of social change.

The paper is divided in three parts. The first part is dedicated to explain the meaning of the capability approach according with Sen's interpretation. The second part analyses the reasons behind the controversy between Sen and the American philosopher Martha Nussbaum with regard to the possibility of elaborating a list of capabilities. The background of this argument lays in the different approach that each of them has to social change. My aim will be to underline the pros and cons that both interpretations have on this point. In my opinion, their defense of public reason as a mechanism of social change seems to be insufficient because it does not pay attention to power relationships.

In order to solve this hiatus between theory and practice, I will propose the concept of “communicative empowerment” as a collective capability. This concept is designed to articulate three kinds of social practices: 1) the rising of awareness concerning inequalities; 2) the resource mobilization in order to promote collective action; 3) the social participation of the people on the public definition of “social problems”. Each of these practices is orientated to reinforce the public commitment with human well-being.

Keywords

Discourse; social change; capabilities; human development; social justice.

Agradecimientos

Quisiera agradecer a la Universidad Pública de Navarra la ayuda económica recibida para la realización de mi tesis doctoral, especialmente al departamento de sociología y a mi tutor Ignacio Sánchez de la Yncera, por darme la libertad para escoger un tema de investigación como el enfoque de las capacidades y depositar en mí la confianza necesaria para llevar este proyecto a buen puerto.

Biografía

Guillermo Otano. Licenciado en Sociología por la Universidad Pública de Navarra 2000-2005. Obtuve el Diploma de Estudios Avanzados en 2007 dentro del programa de doctorado “Estructura y Cambio en la Sociedad del Conocimiento”. Desde 2009 he venido trabajando en la tesis “Desarrollo Humano y Cambio Social. Una crítica constructiva del enfoque de las capacidades de Amartya Sen desde la sociología” que será presentada durante el curso académico 2014-2015. Mis intereses de investigación abarcan la ética del desarrollo, la filosofía política, los movimientos sociales y el enfoque de las capacidades, en especial. En el plano profesional me interesa el diseño y la evaluación de proyectos. El año pasado recibí el Premio Jóvenes Investigadores que concede la *Red Española de Estudios sobre Desarrollo* por la comunicación “La libertad como relación social: Un crítica sociológica del enfoque de las capacidades”, presentada en el II Congreso Internacional de Estudios sobre Desarrollo, celebrado en Huelva los días 16 y 18 de julio de 2014. También soy miembro de la *Human Development and Capability Association*. Correo electrónico: guillermo.otano@unavarra.es.

La cultura de paz como parte del paradigma emergente de la posmodernidad y la socio-hermenéutica

The culture of peace as part of the emerging paradigm of postmodernism and socio-hermeneutics

Lidia Sanz Molina, Universidad de Valladolid
Susana Gómez Redondo, Universidad de Valladolid
Juan Romay Coca, Universidad de Valladolid

Resumen

En el intento de buscar un marco donde Cultura de Paz y medios sociales y educativos converjan sin las disonancias propias de la realidad postindustrial, los autores de estas páginas apuestan por una revisión de los discursos hegemónicos que sustentan los viejos paradigmas, en favor de presupuestos propugnados por la Educación para la Paz y su materialización que vayan más allá del proceso investigador, legislativo y/o teórico. Así, y tras un breve recorrido por su historia y los diferentes enfoques pedagógicos, se plantea una aproximación al paradigma emergente de Boaventura da Sousa Santos, como posible eje para desarrollar la consecución real de dicha Cultura de Paz en la práctica educativa y social. El artículo concluye con una breve reflexión sobre la necesidad de una permanente investigación de la Literatura Infantil y Juvenil (LIJ) como herramienta educativa, vehículo y receptáculo de excepción tanto de los discursos imperantes como de los nuevos modelos antiautoritarios y de subversión.

Palabras clave

Cultura de Paz; Educación para la Paz; paradigma emergente; Boaventura da Sousa Santos; Posmodernidad; Literatura infantil y Juvenil; antiautoritarismo.

Abstract

In the attempt of looking for a frame where Peace Culture and social and educative mediums converge without the discordances often associated with post-industrial reality, the authors of these pages bet on a revision of the hegemonic discourses which sustain the old paradigms, in favor of the assumptions advocated by Peace Education and its application, which go beyond the investigative, legislative or/and theoretic process. In that way, and after a brief review of its history and the different educational angles, an approximation to the emergent Boaventura da Sousa Santos's paradigm is laid out, as a possible axis to develop the real achievement of said Peace Culture in the social and educational practice. The article ends with a brief reflection about the need for a permanent investigation of the children's and young people's literature as a teaching tool, exceptional vehicle and receptacle of both the prevailing discourses and the new anti-authoritarian and subversion models.

Keywords

Peace Culture; Education for Peace; emerging paradigm; Boaventura da Sousa Santos; Postmodernism; Children's literature; anti-authoritarianism.

Introducción

El presente trabajo tiene por objeto reflexionar sobre los acontecimientos y las teorías en torno a la cuales surgió la Cultura de Paz, tal como apareció y ha quedado inscrita en el mundo occidental y en nuestro país en particular. En este contexto, y entendiendo la Paz como paradigma emergente de la Posmodernidad, se hará hincapié en la Educación para la Paz como la gran aliada de la misma. Dicha reflexión tratará de visibilizar y analizar los paradigmas sobre los cuales se fundamenta la sociedad actual y algunas de sus manifestaciones en torno a la educación y el papel de la Literatura Infantil y Juvenil (LIJ), así como la disonancia existente entre los valores en alza y las prácticas hegemónicas de las sociedades postindustriales. La propuesta será la de incorporar y analizar el paradigma emergente defendido por Boaventura da Sousa Santos, posible eje desde donde desarrollar la Educación para la Paz y otros aspectos de la literatura para niños, niñas y adolescentes. Además, se reflexionará acerca del potencial educativo de la misma, así como sobre los peligros de su instrumentalización como manifestación generadora y reflejo de los discursos sociales, tanto desde una reacción de perpetuación como desde el antiautoritarismo y la subversión en las obras infantiles y juveniles.

1. Antecedentes de la cultura de paz

El primer antecedente de la Cultura de Paz lo encontramos en la formación de las Naciones Unidas, que tuvo lugar después de la Segunda Guerra Mundial. La creación de esta institución permitió la mejora del diálogo internacional y la atención conjunta a diversos temas, todos ellos encaminados hacia el bien común mediante la creación de distintas agencias (UNICEF, UNESCO, FAO...), realidad que surge con motivo de las actuaciones violentas que se sucedieron en la primera mitad del siglo XX, y a pesar de los numerosos avances producidos en el resto de los ámbitos de la vida social y cultural.

Como señala Tuvilla, para algunos juristas internacionales, la *Declaración sobre el fomento entre la juventud de los ideales de paz, respeto mutuo y comprensión entre los pueblos*, aprobada por la Asamblea General de Naciones Unidas en diciembre de 1965, constituye un importante referente en relación con el derecho humano a la Paz. Redactada y aprobada en un contexto mundial dividido y bipolar, dominado por la era nuclear y la guerra fría, esta declaración dejó una brecha abierta a la esperanza, ya que

establece una relación entre los contenidos y la forma de educación con carácter universalista:

“La juventud debe ser educada en el espíritu de la paz, la justicia, la libertad y el respeto y la comprensión mutuos”, y los fines que persigue son “promover la igualdad de derechos de todos los seres humanos y de todas las naciones, el progreso económico y social, el desarme y el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales” (2004: 71).

Aunque la formulación del concepto, según Tuvilla (2004), se hace por primera vez con motivo de la celebración en 1986 del Año Internacional de la Paz, la Cultura de Paz fue definida oficialmente por resolución de Naciones Unidas, siendo aprobada por la Asamblea General el 6 de octubre de 1999 la Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz.

El siguiente antecedente importante lo encontramos en la declaración de 2000 como *Año Internacional de la Cultura de Paz* por la resolución 52/15, de 20 de noviembre de 1997. Por su parte, 2001-2010 fue nombrado *Decenio Internacional de una Cultura de Paz y no violencia para los niños del mundo* por la resolución 53/25, de 10 de noviembre de 1998.

La Educación para la Cultura de Paz se define como el proceso global de la sociedad, a través del cual las personas y los grupos sociales aprenden a desarrollar conscientemente en el interior de la comunidad nacional e internacional, y en beneficio de ellas, la totalidad de sus capacidades, actitudes y conocimientos para conseguir cada una de las metas que conforman la Cultura de Paz (Molina y Muñoz2004).

Todos los intentos en este sentido han producido una enorme cantidad de iniciativas, creación de instituciones, materiales, recursos y trabajos, que han divulgado y dado a conocer la labor realizada en torno a la investigación para la paz, surgida en los años sesenta de la mano de autores como Johan Galtung, Adam Curle, Jean Paul Lederach (1969, 1978 y 2000), el legado de la Noviolencia de Gandhi, las metodologías de la Escuela Nueva y todos los tratados y recomendaciones de Naciones Unidas relacionados con los valores y contenidos de la Cultura de Paz.

Sin embargo, el desarrollo de dicho trabajo y la implementación del mismo, se ha realizado sobre la base del mismo modelo de organización y educativo y curricular, lo cual ha conllevado ir en la misma dirección en lugar de buscar o crear nuevos caminos, más acordes con las propuestas que tienen en cuenta la integridad de las personas y de sus capacidades. De este modo, no se ha propugnado una educación holística como

forma de comprensión de la realidad en función de totalidades y procesos integrales, basados en una visión ecológica que transforme nuestra visión del mundo, cambie nuestros pensamientos, percepciones o valores y nos conduzca hacia un nuevo paradigma.

2. La paz como elemento transversal en el paradigma emergente

Es evidente que los valores, propuestas y compromisos de la Cultura de Paz, van más en concordancia con este tipo de educación (holística). Sin embargo, tales apuestas pedagógicas se han intentado promover en el marco de un paradigma que, lejos de resultar acorde con ellos, es en muchos casos contradictorio: por ejemplo, el paradigma dominante promueve unos valores de competitividad, de homogeneización, de convergencia, etc. frente a valores de la Cultura de Paz que abogan por la cooperación, la heterogeneidad, diversidad y divergencia. Tal desarrollo ha dado lugar a un desajuste entre lo que se dice o trata de promover y lo que se hace o impera en el exterior, produciendo en definitiva una especie de utopía o valor platónico, nada acorde con la realidad.

Esta ha sido la razón precisamente que nos ha llevado a considerar la realización de este trabajo: buscar un marco o contexto en el cual tenga coherencia y cabida, por resultar acorde, la promoción de la Cultura de Paz y los modelos sociales y educativos. Con tal inquietud hemos acabado determinando que el paradigma emergente propuesto por Boaventura de Sousa Santos, bien podría ser considerado el modelo adecuado para encomendar esta tarea. Como es bien sabido, dicho enfoque asume sin complejos la necesidad de eliminar los artefactos colonizadores y de dominación que han permanecido en la cultura occidental desde la preeminencia del racionalismo y del positivismo.

Existen diferentes posiciones ideológico científicas de las que puede partir la Educación para la Paz, determinando estas cuáles serán los objetivos, enfoques, intereses, niveles... que la caractericen. Jares (1999), en su análisis de los tres paradigmas de las ciencias sociales que relaciona con la educación para la paz, distingue:

- Modelo técnico-positivista; con un enfoque cognoscitivo y dependiente, se caracteriza por la transmisión de los aspectos observables y cuantitativos de la paz. Parte de un concepto negativo de paz y del conflicto, la primera

como ausencia de guerra, el segundo como evitación de toda conflictividad. Trata de sensibilizar a las personas para evitar la guerra. No cuestiona las estructuras políticas actuales. Para este modelo la educación debe ser neutral. El profesor se centra en desarrollar los objetivos cognoscitivos. El clima escolar está centrado en el profesor. Se da una relación vertical profesor-alumnado.

- Modelo hermenéutico-interpretativo: basado en un enfoque cognoscitivo y afectivo y centrado en la interdependencia de los fenómenos, las personas y la subjetividad. Parte de un concepto de paz positivo, como ausencia de guerra y de todo tipo de violencia, y prioriza las interacciones y relaciones interpersonales como objetivo y medio de aprendizaje.
- Modelo socio-crítico: parte de un enfoque simétrico entre el cognoscitivo y afectivo, moral y político. Utiliza métodos socioafectivos y traspasa el umbral del aula. Se basa en un concepto de paz positiva amplio y global y en una perspectiva creativa del conflicto a través de su resolución de forma no violenta. Hace hincapié en la necesidad de conseguir un currículo emancipador a través de la lucha contra la violencia estructural y simbólica del sistema educativo, y otorga gran importancia a los proyectos extraescolares.

Nuestra concepción de educación para la paz estaría fundamentada en el paradigma interpretativo, integrando aspectos y propuestas del enfoque sociocrítico. Nos situamos en un enfoque cognoscitivo y afectivo, con mayor predominio de este último, así como moral y político. El punto de partida es el trabajo con métodos socioafectivos. Centrados en establecer un clima positivo para interactuar con la sociedad. Entendemos por educación para la paz la apuntada por Jares (1999) como un proceso educativo, dinámico, continuo y permanente, basado en un concepto de paz positiva y en una perspectiva creativa del conflicto. La resolución del mismo parte de una forma no violenta, gracias a métodos socioafectivos capaces de desarrollar una Cultura de Paz que ayude a las personas a observar críticamente la realidad, con el fin de situarse y actuar ante ella.

Como señalan Páez, Martín, González-Castro, Basabe y De Rivera (2011) la Cultura de Paz va a depender de un conjunto de factores socio-estructurales, políticos y culturales, como son la resolución pacífica de los conflictos, el desarrollo sostenible (disminuir las diferencias sociales y económicas entre países y el interior de cada país),

el desarrollo social, el respeto de los Derechos Humanos, la equidad de Género, la participación política, las actitudes de aceptación hacia las minorías (tolerancia y solidaridad social), la libre circulación de la información y libertad de expresión, la paz internacional y seguridad, así como la promoción de los valores: cooperación, cuidado mutuo.

En España, la mayor parte de propuestas de trabajo podríamos encuadrarlas dentro de la teoría crítica que parte del modelo dominante: Jesús Jares, en Galicia; José Tuvilla Rayo, en Granada; Carme Romia i Agustí, en Cataluña; Xavier Etzeberria en el País Vasco desde diferentes organizaciones; Manuela Mesa desde el Centro de Educación e investigación para la paz (CEIPAZ); Arcadi Oliveres, desde Justicia y Pau; Federico Mayor Zaragoza desde Fundación Cultura de Paz; Rafael Grasa Hernández, desde el Instituto Catalán Internacional para la Paz (ICIP)... así como expertos en la resolución y gestión de conflictos como Paco Cascón Soriano, Vicenç Fisas, y principalmente mujeres que promueven la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres en la educación como Marina Subirats Martorí, M^a José Díaz Aguado, Ana Rubio Castro, etc.

A estos nombres se suman organizaciones e instituciones creadas en torno a ONG, universidades, centros educativos y grupos de trabajo, que producen una enorme cantidad de materiales y producción científica que sirve de base a la promoción de los valores de la Cultura de Paz.

Todas estas propuestas podrían integrarse dentro de la teoría crítica de la modernidad que Boaventura califica de subparadigmática, es decir, proponen un modelo emancipador pero partiendo (o dentro) del paradigma dominante. Sin embargo, lo que en realidad requieren es partir de un nuevo modelo, un paradigma como el que propone el autor o una nueva visión paradigmática.

Estas teorías proponen la ruptura, presentan su trabajo como “desfamiliarización”, la nueva teoría plantea su propuesta como un momento de suspensión necesario para crear una nueva familiaridad. En otras palabras, se hace necesario establecer un discurso horizontal que rompa con la verticalidad entre el que sabe y el que no, el superior y el inferior, el objetivo y el subjetivo, etc. Asimismo, dentro de este nuevo enfoque socio-crítico se apuesta también por un nuevo proceso comunicacional en el que la autorreflexividad toma un lugar preponderante. Es decir, la permanente autocrítica y autocorrección. Estos elementos surgen de la sociología, uno de los saberes humanos más críticos; ahora bien, consideramos que este enfoque se está desplazando lentamente a áreas más experimentales. De hecho, el falsacionismo popperiano, en cierto modo,

afirmaba algo semejante a esto. Todos estos supuestos se han puesto en cuestión en las últimas décadas, y hacen que se requiera una revisión completa de paradigma.

Asistimos, pues, a un cambio de paradigmas en la ciencia y en el contexto social, pues los modelos del viejo paradigma, el dominante y hegemónico, no dan respuestas a los problemas humanos. Por esto es importante considerar algunas de las claves y elementos que nos aportan autores como Z. Bauman, R. Castells, J. Echeverría, I. Ramonet, J. Rifkin...

Cuando hablamos de paradigma emergente, vienen a colación nombres como Fritjof Capra, Edgar Morín o Miguel Martínez Miguélez (1992, 1992 y 1993). Este último afirma que el espíritu de nuestro tiempo está ya impulsándonos a ir más allá del simple objetivismo y relativismo (Miguélez, 1993). Una nueva sensibilidad y universalidad del discurso, una nueva racionalidad, está emergiendo y tiende a integrar dialécticamente las dimensiones empíricas, interpretativas y críticas de una orientación teórica que se dirige hacia la actividad práctica, una orientación que tiende a integrar “pensamiento calculante” y el “pensamiento reflexivo” del que habla Heidegger, un proceso dialógico entre la lógica digital y la analógica (Heidegger, 1993).

Pero en este trabajo vamos a centrarnos en analizar el paradigma emergente propuesto por Boaventura da Sousa Santos, como propuesta para trabajar en la Educación para la paz y la literatura infantil y juvenil con un enfoque más adecuado a nuestro tiempo y a los valores y prácticas y compromisos que promueva la Cultura de Paz.

En *Crítica de la razón indolente*, De Sousa (2003) anunciaba que vivimos ante una inevitable transición paradigmática, preparatoria de una nueva epistemología emergente. Hablaba de la cada vez más inminente ruptura epistemológica que se avecina, cuyo objetivo consiste en sobrepasar el monopolio del conocimiento científico, por medio de la revalorización del sentido común. Recomienda un diálogo entre las distintas formas de conocimiento, cobrando protagonismo el conocimiento práctico con el que orientamos nuestras acciones y damos sentido a nuestras vidas.

Según Boaventura (2003) no hay soluciones definitivas, la realidad es inagotable, tampoco existe un único principio de transformación social. Hoy el problema no es la creación de riqueza sino su distribución. Nos enfrentamos con un problema moderno cuyas soluciones no las encontraremos en el proyecto de la modernidad, hace falta una teoría alternativa, una teoría crítica postmoderna inquietante o de oposición. Por tanto, necesitamos un pensamiento alternativo de alternativas.

Este autor afirma que el pensamiento crítico que hemos heredado de la modernidad occidental está demasiado circunscrito a ella, es demasiado occidental como para que sirva a la nueva forma de universalidad desde abajo, que está emergiendo y de la cual el Foro Social Mundial es una afirmación poderosa y aquí tendríamos también muestra a través de movimientos ciudadanos y sociales.

Para una teoría crítica posmoderna, todo el conocimiento crítico tiene que comenzar por la crítica del propio conocimiento y su binomio conocimiento-emancipación, hoy en día es una forma marginal y contra-hegemónica de conocimiento. Reconoce al otro como igual y diferente.

No hay conocimiento sino conocimientos. No hay un conocimiento emancipación, hay varios y entre ellos debe construirse lo que llama una ecología de saberes. Es una propuesta epistemológica que pretende que se otorgue prudencia y pluralidad interna al conocimiento.

Dada la hegemonía del conocimiento-regulación, en nuestros días lo que es considerado caos puede ser una forma de saber en el marco del conocimiento-emancipación, una forma de expresar solidaridad. Las formas de solidaridad organizadas desde abajo son consideradas caos para un conocimiento en el que el orden es siempre impuesto desde arriba.

De Sousa habla de debilidad epistemológica del Norte y de sociología de las emociones y de los sentimientos, que prevalece en América Latina y África, y que mostrará los límites de una racionalidad occidental. El nuevo universalismo emergente, lo que el autor llama cosmopolitismo subalterno y crítico, es un intento por integrar y valorizar las experiencias sociales que, hasta ahora, han sido desvalorizadas porque no están dentro del canon moderno occidental, pues no cumplen los presupuestos establecidos.

Estamos en una fase de transición caracterizada por la ambigüedad y complejidad del tiempo científico actual, que requiere de la reinención del conocimiento y la emancipación social, como apunta en su obra (2009).

En el prefacio de una de sus obras (2010) comienza diciendo: “Vivimos en tiempos de preguntas fuertes y de respuestas débiles [...] ¿por qué el pensamiento crítico, emancipatorio, de larga tradición en la cultura occidental, en la práctica, no ha emancipado la sociedad?” y, precisamente para responder a esa pregunta, buscará construcciones teóricas y epistemológicas fundadas en universos culturales no occidentales. Considera que la epistemología occidental dominante fue construida a

partir de las necesidades de la dominación capitalista y colonial que se asienta en lo que designa “pensamiento abismal”. Para combatirlo propone una iniciativa epistemológica basada en la ecología de saberes y en la traducción intercultural. Concluirá que la comprensión del mundo es mucho más amplia que la comprensión occidental.

Y volviendo ahora a la Cultura de Paz, al tratamiento de la misma dentro de la Educación para la paz, los paradigmas de los que provienen sus planteamientos y tratamientos, cabría señalar que adolece de esa visión y comprensión, ya que las investigaciones, orientaciones y consignas de las que parte están marcadas por organizaciones, instituciones y autores con una marcada impronta occidental, y con un paradigma que ha ignorado o desvalorizado otros universos culturales.

Conclusiones

El trabajo en torno a la Cultura de Paz deberá apuntar así a otras constelaciones de conocimientos que configuran la diversidad epistemológica del mundo, y que nos invita a desplazarnos desde una “sociología de las ausencias hacia una sociología de las emergencias, capaz de despensar, desresidualizar, desracializar, deslocalizar y desproducir”.

Se trata, en suma, de establecer un programa de acción capaz de afrontar la exclusión de los saberes, que no atiende a la pluralidad de epistemologías que existen en el mundo, ignorando además las relaciones que se establecen entre conocimiento científico y otras formas de conocimiento. En definitiva, se ha de sobrepasar el monopolio del conocimiento científico por medio de la revalorización del sentido común. Se trataría de una invitación al diálogo entre las distintas formas de conocimiento, donde cobrara protagonismo el conocimiento práctico con el que orientamos nuestras acciones y le damos sentido a nuestras vidas.

Basándonos, así, en el paradigma emergente, y transponiendo sus teorías como conjunto de pasajes temáticos donde convergen caudales de agua que hasta ahora concebimos como objetos teóricos estancados (2009), incorporaríamos a la práctica de la Educación para la paz y la resolución de conflictos un listado de acciones que va desde la promoción de la participación social al empoderamiento y fomento de la visibilidad de algunas minorías excluidas, así como nuevas formas de organización y gestión de movimientos sociales, colectivos y comunidades que hasta el momento no

han sido considerados o contemplados, por encontrarse fuera del paradigma dominante y el pensamiento abismal dentro de la visión eurocéntrica de la Modernidad.

Boaventura hace alusión al empoderamiento y la visibilidad de grupos de países de África y América del Sur, en definitiva otras formas de economía solidaria y popular, democracia participativa, cosmopolitismo multicultural, biodiversidad, cuidado de la naturaleza... rica experiencia social que el paradigma dominante ha desperdiciado, invisibilizado, desacreditado y no legitimizado dentro de las ciencias sociales hegemónicas.

Se trataría, en fin, de reinventar la Cultura de Paz, modificando el tipo de racionalidad sobre el que subyace. A esta racionalidad la denomina “indolente” y según el autor (2010) se manifiesta en la razón metonímica y proléptica: o lo que es lo mismo, “tomar parte del todo” y “conocer en el presente lo que va a ocurrir en el futuro”.

Es en esta búsqueda de nuevos paradigmas más acordes con la Cultura de Paz y su tratamiento educativo, donde el tratamiento de la literatura infantil y juvenil (LIJ) como recurso educativo y expresivo se revela excepcional herramienta de autorreflexión y desfamiliarización.

Su revisión exige, cuando menos, un repaso por algunas de las pugnas históricas a las que se ha visto sometida desde su nacimiento, al tiempo que se van deshilvanando ciertas reflexiones en torno a las mismas contradicciones que señalábamos en relación a la Cultura y la Educación de Paz. A saber: la disonancia entre la teoría y la práctica de los valores en alza y la realidad social, o el imposible intento de desarrollarla dentro de los viejos (e inmovilistas) paradigmas dominantes. Esto lleva a plantearnos cuestiones relativas al potencial educativo de la LIJ y sus multiseculares (y todavía no periclitados) peligros de instrumentalización. Su excepcional capacidad como elemento motriz de los discursos sociales (ya sea desde la defensa o la crítica de los paradigmas dominantes o emergentes). Está de más señalar que en dicho itinerario, en el que se revela imprescindible la implicación de las críticas educativa y literaria, subyace la necesidad de una sinergia común, donde ambas disciplinas contribuyan a una hermenéutica que estudie, de una parte, la perpetuación de los paradigmas dominantes en los textos y, de otra, aquellos intentos basados en el antiautoritarismo y la subversión de las normas propias de los círculos hegemónicos y adultos.

Bibliografía

- Capra, F. (1992). *El punto crucial: ciencia, sociedad y cultura naciente*. Editorial Pax México.
- Curle, A. (1978). *Conflictividad y pacificación*. Barcelona: Herder.
- De Sousa Santos, B. (2003). *Crítica de la razón indolente: contra el desperdicio de la experiencia: para un nuevo sentido común: la ciencia, el derecho y la política en la transición paradigmática*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- De Sousa Santos, B. (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*. Buenos Aires: Clacso.
- De Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo: Ediciones Trilce.
- De Sousa Santos, B. (2009). *Una epistemología del sur: la reinención del conocimiento y la emancipación social*. Siglo XXI.
- BOE (2005). Ley 27/2005 de 30 de noviembre de fomento de la Educación y la Cultura de Paz. Madrid: *Boletín Oficial del Estado*, 287, 39418-39419.
- Galtung, J. (1969). Violence, peace, and peace research. *Journal of peace research*, 6(3), 167-191.
- Jares, R. X. (1999). *Educación para la Paz. Su teoría y su práctica*. (2a. ed.) Madrid: Popular.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University.
- Lederach, J. P. (2000). ABC de la paz y los conflictos. Madrid. Ed.: Catarata.
- Miguélez, M. M. (1993). *El paradigma emergente: hacia una nueva teoría de la racionalidad científica*. México: Gedisa.
- Molina, B. y Muñoz, F. (2004). *Manual de paz y conflictos*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- Morin, E. (1992). El método. Las ideas. Madrid: Cátedra.
- Paez, D., Martín, C., González-Castro, J.L., Besabe, N. y De Ribera, J. (2011). *Superando la violencia colectiva y construyendo Cultura de Paz*. Madrid: Fundamentos.
- Tuvilla, J. (2004). *Cultura de paz: fundamentos y claves educativas*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

Biografía

Lidia Sanz Molina. Licenciada en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid: 1992. Profesora-tutora del Centro Asociado de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED): 1996-actualidad. Profesora asociada en el Campus de Soria de la Universidad de Valladolid. Departamento de Sociología: 2009-actualidad. Máster en Exclusión Social, Integración y Ciudadanía. UNED: 2009. Máster de Investigación en Ciencias Sociales, Educación, Comunicación Audiovisual, Economía y Empresa: 2012. Matriculada en el Programa de Doctorado en Marketing Político, Actores e Instituciones de las Sociedades Contemporáneas. Universidad Santiago de Compostela: 2013-actualidad. Líneas de Investigación: Sociología hermenéutica. Cultura de Paz. Igualdad. Correo Electrónico: lidia.sanz@soc.uva.es.

Susana Gómez Redondo. Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Salamanca. Máster de Estudios Avanzados en Literatura Española e Hispanoamericana por la Universidad de Salamanca. Profesora asociada en el Campus de Soria de la Universidad de Valladolid, Departamento de Didáctica de la lengua y la literatura. Autora de literatura infantil. Guionista,

colaboradora en prensa y crítica de literatura infantil y juvenil. Línea de investigación: Literatura infantil. Correo Electrónico: susgr@dlyl.uva.es.

Juan Romay Coca. Doctor en Sociología y Máster en Lógica y Filosofía de la Ciencia. Profesor del Departamento de Sociología y Trabajo Social de la Universidad de Valladolid. Director de la revista Sociología y tecnociencia, así como co-director de la revista Hermes Analógica y de la revista Imagonautas. Director de la cátedra de Hermenéutica Analógica del Instituto Superior de Filosofía de Valladolid. Ha publicado numerosos artículos en revistas canadienses, venezolanas, chilenas, españolas, portuguesas, brasileiras, etc. Correo Electrónico: juancoca@soc.uva.es.

La enunciación compleja: hermenéutica, semiótica y política en el siglo XXI. El caso de Podemos

Complex Enunciation: hermeneutics, semiotics and politics in the XXI Century. The case of Podemos

José Antonio Palao Errando, Dpto. de Ciencias de la Comunicación,
Universitat Jaume I de Castellón

Resumen

La irrupción política de Podemos en el panorama mediático y electoral español ha supuesto no sólo una revolución política sino también comunicativa. El 15M significó *la crisis definitiva de la hegemonía indiscutible del Modelo Difusión en política*, como ya se había verificado en otros espacios de comunicación social. Con su “No nos representan”, *el 15M fue ante todo un proceso de disolución enunciativa*. Tras él, Podemos es *el único caso de un experimento de hibridación integral del Modelo Difusión y el Modelo Reticular, intentando propiciar su sinergia*. El desembarco de Pablo Iglesias en la televisión resulta crucial, pues se trata de un intento de abrochar la enunciación mediático-electoral con la enunciación popular-reticular. La consecuencia es que Podemos se está construyendo con la lógica de partido clandestino a plena luz mediática.

Nuestro propósito es estudiar el nuevo reto comunicativo, semiótico y hermenéutico de Podemos, que le ha llevado tanto a un evidente éxito mediático como a ser continuamente motejado de populista. Para ello, partiremos de la ruptura epistemológica llevada a cabo por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe en el seno del marxismo e intentaremos acotar el campo de discursivo conjunto tanto de los medios reticulares que usa Podemos (sobre todo los perfiles de Facebook y los hilos reddit de *Plaza Podemos*) como del tratamiento televisivo que ha recibido Pablo Iglesias en su tránsito de tertuliano a político en activo con especial atención a si su *puesta en escena* obedece a los patrones del líder populista radical-democrático (al estilo de los líderes populistas latinoamericanos) o bien al líder mediático liberal-parlamentario (propio de las democracias noroccidentales) atendiendo *no sólo una cuestión de audiencias y otros patrones métricos, sino de estructura del sistema comunicativo y de posición enunciativa*

Palabras clave

Podemos; Pablo Iglesias; Comunicación Política; Ernesto Laclau; populismo.

Abstract

Podemos political breakthrough in the Spanish media and electoral landscape has brought not only a political but also communicative revolution. 15M movement meant the definitive crisis of the undisputed hegemony Broadcasting Model in politics, already verified in other areas of social communication. With its slogan “They don’t represent us,” 15M was primarily a process of enunciative dissolution. After 15M movement, Podemos is the only case of a comprehensive hybridization experiment between the Broadcasting and the Reticular communication Model, trying to promote their synergy. The landing of Pablo Iglesias on television is crucial, because it is an attempt to do up the media-election statement with the popular-reticular enunciation. As a consequence, Podemos is being built with the logic of an underground party in full media light. Our purpose is to study the Podemos new communicative, semiotic and hermeneutic challenge, which has led both to be considered a glaring media success and to be

continually labeled as a populist party. To do this, we focus the epistemological breaking conducted by Ernesto Laclau and Chantal Mouffe within Marxist Theory and we will try to narrow the field of discursive set both the reticular means that Podemos uses (especially Facebook profiles and reddit threads) and the television coverage received by Pablo Iglesias in transit from commentator politician with special attention to his staging reflecting patterns of radical-democratic populist leader (in the style of Latin American populist leaders) or the media liberal-parliamentary leader (typical of the North Western democracies) attending not just a matter of audiences and other metrical patterns, but structure of the communication system and enunciative position.

Keywords

Podemos; Pablo Iglesias; Political Communication; Ernesto Laclau; populism.

Agradecimientos

Esta comunicación se ha realizado con la ayuda de los Proyectos de Investigación *La crisis de lo real: La representación documental e informativa en el entorno de la crisis financiera global*, dirigido por el Dr. José Javier Marzal Felici y financiado por el Plan de promoción de la investigación de la Universitat Jaume I para el período 2015-2017 (PI: 1A2024-05) y PI MICINN 2015-2017: *El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación. Mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos*. Referencia CSO2013-47933-C4-4-P. Codi: 14I275.01/1

Biografía

José Antonio Palao Errando es Profesor en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castelló. Ha publicado varios libros entre los que se cabe destacar *La profecía de la Imagen-Mundo: para una genealogía del Paradigma Informativo* (IVAC, Valencia, 2004) y *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2009), así como artículos sobre cine, televisión, imagen y cultura digital para múltiples revistas y libros colectivos. Ha sido investigador invitado en el *Digital Cultures Research Centre* en la ciudad de Bristol. Es autor del blog [La suficiencia de lo obvio](#) y mantiene una columna periódica en *VLC Noticias* con el título genérico [Comunicando](#). Correo electrónico: errando@uji.es.

Parasitismo en las comunicaciones del 15M: la reducción del esfuerzo cognitivo como eje del lenguaje de la protesta

Parasitism on the 15M Movement communications: cognitive effort reduction as the axis for the protest

José Manuel Martín Corvillo, Universitat de València-UVEG

Resumen

Uno de los elementos más destacables durante el apogeo del movimiento 15M fue la originalidad presente en la proliferación de carteles en las plazas ocupadas que posteriormente fueron transmitidos a las redes sociales.

Entre los meses de mayo y junio de 2011 se recopiló un conjunto de 620 lemas del movimiento 15M en las ciudades de Valencia y Madrid para un posterior estudio doctoral. Como parte de dicho estudio, se llevó a cabo una prospección del origen de los mencionados slogans, los cuales fueron posteriormente seguidos en la red de manera sincrónica durante un año. Esta citada parte del estudio doctoral reveló una cuestión reveladora acerca del perfil de los manifestantes: un porcentaje significativo de los lemas que originalmente poblaron las plazas de las dos citadas urbes tienen su origen en formas preexistentes, correspondientes principalmente al sector de las actividades comerciales, a la cultura popular y a la parcela de la marcación ideológica. Este hecho posibilita una potencial caracterización del conjunto de los individuos pertenecientes al movimiento, pero también de su marco cognitivo de origen, ciertamente influenciado por la cultura de consumo.

Estas notables influencias en la producción de comunicaciones persuasivas – cuyo objetivo no era otro que la adhesión a un movimiento de protesta– se constata en el análisis del porcentaje de los lemas que trascendieron a la red durante el primer año, convirtiéndose en algunos casos en estructuras de fácil asimilación para las multitudes. El fenómeno de calco o ligera modificación de enunciados preexistentes –al que llamaremos *parasitismo* en esta comunicación– ejerció como reductor del esfuerzo cognitivo-inferencial en el receptor, fomentando su transmisión en las redes, posibilitando una viralización en tiempo récord y facilitando la adhesión a un movimiento de protesta que aprovechó un evento propio de nuestros tiempos: la posibilidad de emplear canales no físicos para transmitir un mensaje contestatario contra los gestores de un sistema.

Este hecho, además de contribuir a la creación de nuevos proverbios o paremias y de reforzar formas de comunicación basadas en el diálogo, es sintomático de cómo los movimientos de protesta propios del siglo XXI tratan de encarar los errores de diseño del sistema o de su administración a partir de estrategias cognitivas propias del mismo sistema al que combaten.

Palabras clave

15M; lingüística aplicada; comunicación persuasiva; parasitismo; redes sociales.

Abstract

One of the most prominent elements during the height of the 15M Movement was the originality in the proliferation of placards at the crowded squares that later were transmitted to the social networks.

Between May and June, 2011, a set of 620 mottoes of the 15M Movement was compiled in Valencia and Madrid for a later doctoral study. As part of the above

mentioned study, an exploration of the origin of the mentioned slogans was carried out, and then the mottoes were followed on Twitter under a synchronous way for one year. This mentioned part of the doctoral study revealed a remarkable question that brings meaningful information about the people creating the placards: a significant percentage of the mottoes that originally populated the squares of both mentioned cities have his origin in preexisting, corresponding forms, mainly belonging to the sector of commercial activities, to the popular culture and to ideological bearing. This fact makes possible a potential characterization of the set of the individuals belonging to the movement, but also of their cognitive frame of origin, certainly influenced by the culture of consumption.

These remarkable influence in the production of persuasive communications – which aim was the adhesion to a movement of protest– is noted in the analysis of the mottoes’ proportion that became known in the network during the first year, turning in some cases into structures of easy assimilation for the multitudes. The phenomenon of using preexisting terms of reference –which we will call parasitism– reduced the cognitive-inferential effort of the receiver, promoting their transmission in the networks, making viralization possible in record time and facilitating the adhesion to a movement of protest that took advantage of an event representative of our times: to use non physical channels to transmit a protest message against the managers of the system.

This fact, besides contributing to the creation of new proverbs or paremies and reinforcing forms of communication based on dialogue, is symptomatic of how the protest movements of the 21st century try to face the mistakes of the design of the system or of the way it is administered through cognitive strategies coming from the same system they fight.

Keywords

15M; applied linguistics; persuasive communication; parasitism; social networks.

Biografía

José Manuel Martín Corvillo tiene 32 años y es licenciado en Filología Inglesa, posee un máster en Investigación de Lenguas y Literaturas y es doctor en Teoría de los Lenguajes por la Universitat de Valencia (UVEG). Su tesis doctoral, defendida en 2013 y calificada *cum laude*, se titula “15M: Análisis de la Entropía Comunicativa” y versa acerca de los lemas empleados por el movimiento 15M durante su primer mes de vida y su transmisión a través de la red social Twitter, estableciendo un símil explicativo a través de la lógica de sistemas complejos y la Teoría del Caos. Está a punto de publicar su primer libro “Cronología de la Neolengua”, ensayo sobre el empleo de los eufemismos, tecnicismos y neologismos para la imposición de marcos cognitivos por parte de los gobiernos de España desde el estallido de la crisis hasta 2013, un libro que será publicado por el *Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I de Castelló*. En la actualidad se encuentra realizando investigaciones acerca del lenguaje persuasivo, los movimientos sociales y el empleo de las redes virtuales con fines de transformación social. Actualmente compone un ensayo extenso acerca del fenómeno definido en su tesis como Entropía Comunicativa. Correo electrónico: jmmartincorvillo@gmail.com.

Competencia mediática para el consumo de contenidos audiovisuales en el cambiante ecosistema mediático

Media literacy for the consumption of audiovisual content in the changing media ecosystem

María del Carmen Caldeiro-Pedreira, Universidad de Huelva
Paloma Contreras-Pulido, Universidad de Huelva

Resumen

En un momento en el cual la ingente cantidad de contenidos audiovisuales prolifera de forma incesante y los dispositivos tecnológicos emergen poblando el ecosistema comunicativo actual, conviene el cultivo de la capacidad crítica por parte del usuario. La presencia de múltiples vías de comunicación, lejos de contribuir al adecuado tratamiento de la información y a su correcta difusión, canaliza los datos en función de los intereses de los productores. La información se ha convertido en un objeto de mercado, una mercancía que cotiza a un elevado precio en la sociedad de la información, condición que justifica el interés por regular la actuación de los profesionales de la información al tiempo que se persiguen alternativas que sirvan para el desarrollo de la mirada crítica de los receptores. Ante el aluvión de información y su irregular tratamiento se propone el cultivo de la competencia mediática como base para la forja de juicios autónomos, desligados de cualquier posible influencia. Para ello en el estudio se define el ecosistema mediático y aquellos principios informativos que son más relevantes y que deberían cumplirse para la correcta convivencia del sujeto mediático. Tras una revisión de los conceptos más relevantes en el estudio y de la revisión de los principales teóricos encargados de definirlos se presenta la figura del “emirec” y el “prosumer”. Uno y otro reúnen las cualidades que le capacitan como competente para analizar desde el punto de vista lingüístico, tecnológico, axiológico y estético los contenidos que recibe y para que sea capaz de interactuar con ellos y de producir mensajes éticamente correctos. En definitiva permiten el desarrollo de la mirada crítica del receptor que hace posible la convivencia en el ecosistema mediático.

Palabras clave

Ecosistema mediático; contenidos audiovisuales; consumo; competencia mediática; prosumer.

Abstract

The cultivation of a critical capacity on the part of the user is recommended at a time in which the enormous amount of audiovisual content proliferates so relentless and technological devices emerge to fill the current communicative ecosystem. The presence of multiple means of communication, far from contributing to the proper treatment of the information and their correct dissemination, leads the data depending on the interests of producers. Information has become an object of the Market, that is, a commodity which is traded at a high price within the information society. This is the condition what justifies the interest in regulating the behaviour of information professionals along with looking for alternatives helping in the development of recipient's critical eye. Facing the torrent of information and its irregular treatment, this paper proposes the improvement of media competence as the basis on the creation of autonomous judgement which will be free from other people's opinion. For this reason, the study defines the media ecosystem and the most relevant informational principles which should be fulfilled for the coexistence of the correct media subject. T,

this research presents the figure of the “emirec” and the “prosumer”, after a revision of the main theorists who are responsible for defining the most important concepts of the study conjointly with the concepts themselves

Both of them, together the required features to become competent at the following aspects: the analysis of the received contents from a linguistic, technological, axiological and aesthetic point of view, the interaction with them and the production of ethically correct messages. Ultimately, they allow the development of the receiver’s critical eye, what makes possible the coexistence within the media ecosystem.

Keywords

Media ecosystem; audiovisual content; consumption; media literacy; prosumer.

Introducción y estado de la cuestión

La sociedad líquida (Bauman, 2005) o sociedad del conocimiento y el saber (UNESCO, 2007) está poblada por una ingente cantidad de medios y pantallas que de forma continua emiten contenidos audiovisuales, imágenes y datos que en ocasiones se difunden al instante y sin contrastar. La vorágine informativa que asola el contexto actual centra el interés tanto por cuestiones tecnológicas como cognitivas. Por un lado es necesario que el receptor posea los conocimientos mínimos que le capacitan para utilizar la tecnología pero además debe saber decodificarlos adecuadamente. Estas demandas justifican la presencia de la alfabetización entendida como la formación que dota al receptor de la habilidad de comprensión y producción autónoma de contenidos.

Esta preocupación ha dado lugar en 2009 al documento en el cual el Consejo y el Parlamento Europeo emiten una serie de Recomendaciones que posteriormente han ido aplicándose en cada caso concreto. Con el convencimiento de alcanzar la ciudadanía mediática surge el interés por eliminar la brecha digital existente desde antaño entre apocalípticos e integrados (Eco, 1984). Más allá de las diferencias entre detractores y defensores de los medios se sitúa una postura intermedia en pro de la presencia de receptores que desarrollen la mirada crítica. Sujetos capaces de consumir productos mediáticos de forma racional, esto es, personas cuyo nivel de competencia mediática les permita actuar con autonomía en la sociedad del conocimiento.

Conforme se refleja en el título de la comunicación se apuesta por el consumo racional de medios basado en el desarrollo de la competencia mediática y el alcance de una nueva audiencia a la que denominamos interlocutora. Objetivo cuyo interés se subraya en un momento en el que los contenidos audiovisuales adquieren valor de mercancía que se difunde, en ocasiones de forma irregular. Con el fin de regular la situación surgen los códigos éticos y determinados principios que tratan de controlar el

ecosistema comunicativo; asimismo adquiere gran importancia la consecución de sujetos capaces de analizar los contenidos que reciben. Personas que viven en la sociedad cableada o inalámbrica (Bauman, 2007) donde deben interactuar tanto a nivel privado como público tratando de superar el poder hipnótico de los medios (Adorno, 1969). Para ello se propone el alcance de la competencia mediática entendida como aquella habilidad que se basa en las dimensiones de: la tecnología, lenguaje, interacción, producción, axiología y estética, ampliamente descritas por Ferrés en (2007 y 2012).

1. Objetivos: ¿Cómo encajar los contenidos audiovisuales en la sociedad hipercomunicada?

La actuación autónoma por parte del receptor se erige como una tarea compleja especialmente en un momento en el que la realidad queda deformada u oscurecida por los mensajes de los medios de comunicación (UNESCO, 1998). A lo largo de la historia esta hipótesis ha supuesto un condicionante importante para autores como Lipovetsky (2000) o Bourdieu (1997) que sitúan en una posición un tanto inalcanzable el hecho de una actuación consciente y voluntaria por parte de la audiencia.

Conforme avanza el tiempo existen diversos éxitos que definen al receptor de contenidos. Términos que surgen según las necesidades de cada momento y que al igual que los diferentes medios emergen de forma continua en la sociedad tecnológica.

En este proceso conviene destacar la importancia de la repercusión y efectos de los contenidos mediáticos sobre el receptor (Barrios, 2003). Indudablemente “los medios ejercen un poderoso influjo directo sobre la conducta de los individuos, como si estos últimos fueran meros receptores a los que a través de los medios se programan para la acción” (Fernández-Agis y Rodríguez-Borges, 2008: 128).

Por ende, surgen diferentes preocupaciones centradas en tres ámbitos fundamentales que giran en torno al ser, deber ser y la responsabilidad. Se trata de la legislación que focaliza su atención en el control de los medios y está presente a nivel europeo (Comité y Constitución Europea), nacional, autonómico o incluso a través de diferentes organismos como los Consejos Audiovisuales. Asimismo cumplen un papel fundamental los códigos deontológicos que persiguen la libertad, el compromiso y la responsabilidad en torno a los cuales gira el deber ser y la regulación. Por otra parte destaca el interés de las normas que trascienden el marco coercitivo, se trata de un conjunto de mecanismos interrelacionados que comparten objetivo con las medidas

legislativas y reguladoras: los mínimos éticos que suponen el compendio o relación interpersonal al tiempo que conviven con cuestiones de tipo familiar y civil que hace referencia a los profesionales de la comunicación y persigue la transmisión objetiva y veraz de la información que contribuya al desarrollo de la comunicación responsable y libre. Para ello es necesaria la función autorreguladora entendida por Aznar (1999) como la mejor forma de solucionar los problemas éticos de la comunicación que se erige como alternativa principal frente a la desregulación del mercado.

La autorregulación se entiende como una medida centrada en la actuación honesta de los profesionales y la autocrítica periodística. Actitud que adquiere un valor determinante en la sociedad de hipercomunicada donde proliferan de forma continuada una ingente cantidad de pantallas que difunden información, en ocasiones, de forma irregular. El nuevo paisaje audiovisual ha ido dejando en el pasado más reciente a escenarios en los cuales una única pantalla centraba la mirada de varios receptores. Todo ello conlleva cierta despersonalización y una marcada falta de convivencia entre por ejemplo los amigos que asisten a una reunión familiar. Por otra parte y dado que la información y los contenidos audiovisuales, convertidos hoy día en objeto de mercado, proliferan de forma no siempre contrastada y según los principios deontológicos, se hace imprescindible el desarrollo de la competencia mediática que empodere al prosumidor para la emisión de juicios autónomos y críticos en la sociedad de la comunicación.

1.1 El “prosumer” ante el consumo mediático

La realidad audiovisual y la difusión descontrolada de contenidos conducen de forma irreversible al sujeto receptor hacia el consumo de un producto mediático concreto. Este consumismo guarda estrecha relación con determinados principios informativos entre los que destacan: la objetividad y la veracidad, la responsabilidad o la libertad de información que no siempre se respetan por los responsables de los medios a los que Camps (1993: 53) se refiere como “una industria que debe ser económicamente rentable”; siguiendo a la autora estos efectúan un servicio público aunque, en ocasiones, señala, “el servicio al dinero suele anular la función de servicio público”. Asimismo, en la línea de las interferencias ocupa un lugar determinante la intención e interés del profesional que debe conseguir que el producto centre la atención de la audiencia. Para alcanzar el objetivo no siempre se respetan las máximas y

principios deontológicos que en ocasiones llegan a adulterarse e incumplirse para conseguir la finalidad propuesta.

Para ello en ocasiones se falta a la *objetividad* y se suprime la verdad por *veracidad*; por esto conviene matizar que la primera hace referencia a un modo de trabajo consciente y responsable, mientras que, la segunda, se concibe como la representación de un valor absoluto centrado en la información y en su producción.

La veracidad no se considera sinónimo de verdad sino que supone una construcción y como tal conlleva cierto sesgo. Pese a la falta de identidad entre ambos y dada su proximidad, debe tenerse en cuenta la institucionalización y construcción del término veracidad que está directamente relacionada con la transmisión de valores y los efectos que la información ejerce sobre el receptor. En esta línea, es necesario, siguiendo a Colombo (1983: 91), “separar el problema de los valores del problema de los modos de comunicar” dado que los valores derivan de la transmisión de la información y son intrínsecos a esta mientras que, las diferentes formas de comunicación, deben de producirse conforme a unas normas para que los valores transmitidos resulten, en todo caso, positivos y reales. En el citado supuesto sería necesaria la intervención de la ética de la información que siguiendo a Bonete (1995: 38), “necesita ser consciente de los problemas morales implicados en esta misión de contar la realidad humana”, problemas entre los que se sitúa la repetición; indudablemente ésta se utiliza como elemento de reclamo en la actualidad mediática y trata de ejercer influencia sobre el receptor llegando incluso a modificar su forma de pensar y condicionando sus actuaciones. Asimismo contribuye a modificar la opinión de la sociedad que queda deformada u obscurecida por los mensajes de los media, afirmación que ratificaba la UNESCO a finales de la década de los 80.

En este contexto resulta imprescindible la *responsabilidad moral* del emisor que se complementa con la de los medios, es decir, los profesionales quienes, siguiendo a Bonete (1995), “tienen que ser conscientes de los supuestos e implicaciones morales que conlleva la utilización del lenguaje, y convertir el lenguaje mismo en objeto principal de responsabilidad moral”. La totalidad de principios están ligados e interrelacionados, ya que la difusión veraz de información implica un tratamiento ético adecuado y el consecuente respeto hacia la objetividad y la libertad de expresión. Cualquier constructo o creación que se aleje de la realidad conlleva una actuación responsable que no debe obstruir el campo de la libertad de expresión entendida como aquel derecho que posee el individuo a la hora de actuar como tal pero, al mismo

tiempo, se concibe como la necesidad de ser responsable de los efectos que puedan causar los propios actos. En este sentido la *libertad de expresión* conlleva unos límites que todo individuo ha de conocer para saber realmente hasta donde se extiende la citada capacidad.

En el marco de la situación descrita adquiere gran relevancia la presencia de un emisor responsable tanto a la hora de la emisión de información como cuando debe asumir la responsabilidad derivada de los efectos de sus emisiones. Tarea que se complejiza en la sociedad del consumo donde impera el interés por la venta que, en ocasiones impide o determina la adecuada actuación del productor del contenido mediático.

En esta línea y dada la magnitud del conflicto se pone de manifiesto la necesidad de que el receptor abandone la postura de pasividad para erigirse como un prosumidor, (Toffler, 1980). Un sujeto que desarrolla el conjunto de habilidades que le capacitan para procesar los contenidos audiovisuales e interpretarlos de forma crítica, autónoma y responsable.

1.1.1 La competencia mediática para el desarrollo de la mirada crítica del “prosumer” en la sociedad del consumismo

La irregular difusión de la información y los efectos derivados de esta justifican el desarrollo de la mirada crítica, tarea que corresponde a los diferentes agentes formativos y a los profesionales de los medios. Asimismo no podemos olvidar que las pantallas además de comunicar favorecen el consumo y, pese a no nacer con tal finalidad, educan, especialmente cuando promueven y fomentan valores entre la ciudadanía receptora. Asimismo su omnipresencia favorece la participación al tiempo que demanda una serie de actualizaciones y cambios en el paradigma formativo, modificaciones que están estrechamente relacionadas con la evolución social y los cambios en las formas de socialización o en el lenguaje y que requieren del desarrollo de comunidades críticas a las que se ha referido Morduchowicz (2008). Comunidades que están compuestas siguiendo a Prensky (2001) y a Piscitelli (2005) por nativos e inmigrantes digitales que conviven en el ecosistema mediático donde surge y se consolida el hipertexto. En este contexto adquiere un valor fundamental la alfabetización y el alcance de la mirada reflexiva en un momento en el cual la interactividad y la difusión de contenidos proliferan de forma casi inmediata

demandando por un lado conocimientos tecnológicos y por otra capacidad crítica y analítica.

Por ende y siguiendo a Dezuani y Monroy (2012) urge el fomento de la respuesta crítica enmarcada en el ámbito de la competencia mediática y la responsabilidad de los medios agentes que deben garantizar la información veraz creando espacios de participación favorables al entendimiento social y la participación democrática. Para ello además del cumplimiento de las máximas descritas anteriormente y del autocontrol del profesional es necesario el desarrollo de la competencia mediática que permite la emisión de juicios autónomos. Esta habilidad se centra en la competencia audiovisual descrita por Ferrés (2007) que define en torno a seis dimensiones: la primera de ellas, la de la tecnología, hace referencia al conocimiento teórico de las múltiples herramientas y a la capacidad de utilizarlas; la desarrollan en mayor nivel los nativos digitales, quienes desde su nacimiento están en continuo contacto con los diversos dispositivos tecnológicos. La dimensión del lenguaje adquiere una importancia fundamental dado que se refiere no solo al conocimiento del lenguaje audiovisual y a su correcta utilización sino además a la adecuada comprensión de los mensajes. Directamente relacionada se encuentra la dimensión de la interacción y producción que permite la correcta decodificación y la consecuente elaboración de los mensajes. Además hace referencia Ferrés (2007) a la axiología que se centra en la capacidad de análisis crítico de los mensajes como portadores de la realidad y transmisores de estereotipos. Por último describe la dimensión de la estética que pretende el análisis de los mensajes desde el punto de vista de la forma y las características formales. El autor hace referencia a la necesidad de desarrollar cada una de ellas para alcanzar la autonomía mediática a base sobre la que se erige la propia competencia.

2. De espectador que consume a *homo-civis*

La adquisición de la capacidad crítica constituye una tarea múltiple y compartida que se desarrolla en la era de la globalización y la tecnología donde se cuenta con la presencia de múltiples medios y pantallas. Formas a través de las que se difunden imágenes y datos que, indirectamente incitan al consumo a la vez que favorecen la flexibilidad para la audiencia que debe alcanzar un grado de autonomía determinado y concreto que le capacite para actuar de forma crítica y responsable.

La consecución de estos objetivos depende tanto del cumplimiento de las máximas anteriormente mencionadas, como de la correcta transmisión de contenidos, necesidad que se acentúa cuando los medios audiovisuales inundan la sociedad y se sitúan tanto en los hogares como en los centros de trabajo y en las escuelas ocupando un lugar decisivo en la vida del sujeto. Hoy en día asistimos a la integración de nuevos medios, tecnologías entre las que se encuentran internet, los videojuegos o la telefonía de última generación, encargados de la transmisión de imágenes que contribuye a la socialización y formación de la ciudadanía que se ve absorta por la ingente cantidad de contenidos que permite. Siguiendo a Rosique (2010: 155), “captar la atención de otros públicos” entre estos reclamos adquiere un valor fundamental la publicidad y los nuevos contenidos que según Ferrer (2000: 24) “tratan de influir en las acciones humanas” reflejando expresiones de la realidad y determinando de forma importante las necesidades de la audiencia –potencial consumidor–, sus actuaciones, comportamientos e incluso la forma de pensar del receptor.

Sus efectos sobre el receptor individual o múltiple, resultan incalculables y se acentúan en función de la capacidad crítica de cada uno de ellos. Según señalaba Manyá (1988), los destinatarios actúan como agentes que decodifican e interpretan los mensajes. Su capacidad de análisis y percepción es importante y varía según el grado de interpretación, características que se acentúan en la época marcada por la verticalidad comunicativa que favorece, siguiendo a Orozco, Navarro y García-Matilla (2012), el desarrollo de audiencias pasivas, actitud que ha ido superándose gracias al avance que ha posibilitado la hiperconectividad entre las audiencias ubicadas en lugares diferentes.

En este sentido, la transmedialidad contribuye a favorecer la visión poliédrica de la realidad debido a la continua y progresiva ampliación del número de pantallas y a su uso. Hechos que requieren de una reconversión de la audiencia en usuario reflexivo, es decir, un usuario-“emirec” capaz de reaccionar ante un estímulo y de modificarlo tanto de forma cognitiva como sensorial; un sujeto competente que ejerza de forma coordinada la reflexión y la acción y que no se limite a la mera recepción de productos sin ejercer la crítica. Se pretende una audiencia, y por extensión una ciudadanía activa cuya filosofía esté asentada sobre la máxima de la producción creativa y la elaboración partiendo de criterios propios. En la sociedad de los medios y, según recoge Ibáñez (2004), se postula la necesidad de audiencias con capacidad para analizar “su propia realidad social y comunicativa”. Para Alonso (2011), el desarrollo de la sociedad mediática supone la necesidad de reconfiguración del concepto de audiencia que debe

focalizarse sobre la capacidad de análisis de la cultura de masas atendiendo de forma especial al proceso de producción y no solo al de consumo mediático.

La existencia de nuevos productos informativos requiere de una mayor actividad y capacidad por parte del receptor y se dirige a un conjunto de sujetos capaces de consumir en su justa medida aquello que voluntariamente desean. La tarea puede confinar en el éxito si, como señalaba Orozco (1997: 27), “se entienden las audiencias como sujetos capaces de distanciarse tanto de los medios como de sus mensajes, capaces de realizar lecturas y escuchas críticas”. Para ello se postula la existencia de una audiencia autónoma, esto es, libre y creativa. Paradigma que defiende en su trabajo Orozco (1997: 29) cuando hace alusión a la emancipación de las audiencias que propone desde “la vía de la educación crítica y la diversificación de la oferta mediática con la que interactúan”.

De este modo busca alcanzar sujetos que desarrollen la facultad que les permite comunicarse y participar y convertirse en interlocutores mediáticos que trascienden el mero papel del espectador. A esta tarea contribuyen el desarrollo y creciente implantación de las nuevas formas de comunicación que, conforme pasa el tiempo van asentándose. Se trata de las redes sociales, los chats o los foros, modernos modos de comunicación que permiten la interactividad a la vez que contribuyen al desarrollo de sujetos activos.

Asimismo a la labor de recepción se suma la de emisión de respuesta, en ocasiones de forma inmediata; a diferencia del correo electrónico o de otro tipo de comunicación, las mencionadas anteriormente requieren de un receptor activo, participativo y capaz de responder casi al instante. En definitiva, sirven para materializar y ejemplificar empíricamente el concepto de interlocutor que se ha venido definiendo y caracterizando a lo largo de las líneas anteriores. Análogamente, observamos una estrecha relación entre lo que se consume y los comportamientos de la ciudadanía; en cierto modo, el consumo determina no solo la forma de pensar sino además la de actuar de los receptores que han de evolucionar desde la pasividad a la actividad convirtiéndose en interlocutores de la actual sociedad de la comunicación y la tecnología.

Conclusiones y discusión

Esta investigación apela al desarrollo de la competencia mediática para el consumo crítico y responsable de contenidos que adquiere un valor decisivo en la sociedad de la información, donde se asiste a una concepción de la realidad subjetiva y a su irregular difusión por parte de los diferentes medios. Esta situación ha centrado el interés de organismos internacionales como la UNESCO y de asociaciones y grupos nacionales entre los que destacan INTEF, el Consell Audiovisual de Cataluña o el Grupo andaluz Comunicar. Por ende, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras surge la preocupación por analizar la situación mediática y por desarrollar estrategias que favorezcan el alcance de la actitud crítica.

La vorágine mediática e informativa y la necesidad que los diferentes productores tienen de permanecer en la sociedad del consumo condicionan la regular y ética emisión de contenidos audiovisuales. Todo ello adquiere un valor determinante especialmente en un momento en el que estos distorsionan la configuración de la personalidad de los receptores, situación que conlleva al necesario alcance de la competencia audiovisual (Ferrés, 2006) como forma de expresión crítica.

Por tanto, se propone, siguiendo a Gozávez (2013) el desarrollo de la ciudadanía mediática con base en la autonomía comunicativa y crítica que posibilite el consumo racional de los contenidos audiovisuales que proliferan en el ecosistema comunicativo actual. La elaboración del marco teórico que se presenta focaliza en el interés que tanto a nivel internacional como nacional adquiere la formación y alfabetización para el desarrollo de la mirada crítica de los consumidores audiovisuales. En suma puede afirmarse que los sujetos que desarrollan la competencia mediática en un nivel elevado son capaces de producir contenidos y digerir adecuadamente aquellos que reciben y al mismo tiempo desarrollan la habilidad que les permite diferenciar la realidad de la veracidad y por tanto les capacita para desarrollarse como sujetos con autonomía mediática, es decir, como consumidores responsables.

Bibliografía

- Adorno, T. W. (1969). *Intervenciones. Nueve modelos de crítica*. Caracas: Monte Ávila.
- Alonso, L. E. (2007). La globalización y el consumidor: Reflexiones generales desde la sociología del consumo. *Mediterráneo Económico*, 11, 37-56. Recuperado de www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me1102.pdf.
- Aznar, H. (1999). *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos*. Barcelona: Paidós.

- Barrios, A. (2009). Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y comunicación. *Signo y Pensamiento*, 54, 265-275. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011-409017>
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: FCE.
- Bonete, E. (Ed.) (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos.
- Bourdieu, P. (1997). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Camps, V. (1993). *Virtudes públicas*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Colombo, F. (1977). *Televisión: La realidad como espectáculo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dezuanni, M. y Monroy, A. (2012). Prosumidores interculturales: la creación de medios digitales globales entre los jóvenes. *Comunicar*, 38, 59-66. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38>.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 15(29), 100-107. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalle&numero=29&articulo=29-2009-17>
- Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. doi: 10.3916/C38-2012-02-08.
- Ferrer-Roselló, C. (1994). *La publicidad al desnudo*. Madrid: Edimarco.
- Gozálvez, V. (2013). *La ciudadanía mediática. Una mirada educativa*. Madrid: Dykinson.
- Ibáñez, J. A. (2004). El estudio de las audiencias en España: un debate abierto. *Telos*, 61. Recuperado de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulolibro.asp@idarticulo=2&rev=61.htm>
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Manyà, J. (1988). *Informació i disseny*. Recuperado de <http://tdd.elisava.net/coleccion/2/-manyA>.
- Morduchowicz, R. (Coord.) (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 8, 25-30. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15800806.pdf>
- Orozco, G., Navarro, E. y García, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar*, 38, 67-74. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38>
- Piscitelli, A. (2005). *Internet la imprenta del Siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5).
- Rosique, G. (2010). El papel del telespectador en los medios audiovisuales. De homo-spectador a homo-civis. *Icono 14*(15), 147-163. Recuperado de www.icono14.net/-revista/num15/10_icono15_gloriarosique.pdf
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janes. S.A. Editores.
- UNESCO (Ed.) (1998). *Un Solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo: hacia un nuevo orden mundial más justo y eficaz de la información y la comunicación*. Paris: Unesco.

UNESCO (2007). Alfabetización Mediática e Informativa. Currículum para Profesores. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>.

Biografía

Mari Carmen Caldeiro-Pedreira. Doctora en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Licenciada en Humanidades, título de Aptitud Pedagógica, certificado de Estudios Avanzados y Grado de Licenciada, obtenidos en el área de Lógica y Filosofía Moral por la Universidad de Santiago de Compostela. Investigadora colaboradora del Proyecto I+D+i sobre Competencia Mediática. Miembro del Consejo Técnico y del Consejo de Revisores (*Advisory Board*) de la Revista Científica Comunicar y miembro de la Red Internacional Alfamed. Línea de investigación centrada en el desarrollo de la autonomía mediática entre el colectivo adolescente. Estudios sobre mujer y publicidad, enmarcados en el contexto de la educación y la ética. Docencia en educación secundaria y universitaria. Correo electrónico: mariccaldeiro@yahoo.es.

Paloma Contreras-Pulido. Doctora en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Contratada FPI-MINECO de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva. Periodista y Educadora Social. Miembro del Grupo de Investigación Ágora. Docente del Máster de Comunicación y Educación Audiovisual (UHU-UNIA) y del grado de Educación Social de la Universidad de Huelva de la asignatura Medios, control social y conciencia crítica. Sus líneas de investigación están centradas en la alfabetización mediática y la comunicación para el cambio social. Correo electrónico: paloma.contreras@uhu.es.

Transformaciones de las TIC y movimientos sociales: generando acuerdo para el cambio social

ICT transformations and social movements: generating consensus for social change

Belén Casas-Mas, Universidad Complutense de Madrid

Resumen

En la sociedad de hoy, las dinámicas entre comunicación pública y movimientos sociales han cambiado y lo seguirán haciendo en el futuro. El objetivo de esta propuesta es presentar un estudio sobre cómo las nuevas tecnologías afectan a los movimientos sociales en la era de la globalización, y su influencia en el consenso y en el conflicto social. El estudio explora una de las dimensiones de la I + D titulada: “Producción Social de Comunicación y Reproducción Social en la Era de la Globalización”. El propósito es investigar el rol de la Comunicación Pública como una autoridad mediadora en el mantenimiento del consenso social y, eventualmente, en la prevención o el tratamiento del conflicto social, una de las funciones de las que depende la reproducción o el cambio social. Se ha llevado a cabo un análisis de contenido de literatura científica y técnica en este campo de estudio y los resultados sugieren que las TIC favorecen el acuerdo entre los diversos grupos sociales –principalmente, una mayor participación y democratización– pero, al mismo tiempo, pueden desencadenar conflictos con otras instituciones o gobiernos.

Palabras clave

Movimientos sociales; cambio social; movimientos políticos; ONG; comunicación.

Abstract

In today's society, the dynamics between public communication and social movement have changed and will do so again in the future. The aim of this proposal is to present a study on how new technologies affect social movements in the globalization era, and its influence on social consensus and conflict. The study explores one of the dimensions of the R&D: “Social Production of Communication and Social Reproduction in the Globalization Era”. The purpose is to investigate the Public Communication role as a mediating authority in the maintenance of social consensus and, eventually, in the prevention or treatment of social conflict, one of the functions which reproduction or social change depends on. For this purpose, a content analysis of scientific and technical literature in this field has been carried out and the results suggest, that the ICT promote agreement among various social groups –primarily, an increase of participation and democratization– but, at the same time, this might trigger conflicts with other institutions or governments.

Keywords *Social movements; social change; political movements; NGOs; communication.*

Biografía

Belén Casas-Mas es Doctoranda en Comunicación Social por la Universidad Complutense de Madrid, y becaria FPU (Formación de Profesorado Universitario) por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el Departamento de Sociología IV de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Diplomada en Empresas y Actividades Turísticas por la UNED en 2002 y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en 2011, grado en el que obtuvo

el Premio Extraordinario Fin de Carrera 2011. Máster en Comunicación Social por la UCM. Actualmente, forma parte del Grupo de investigación “Identidades sociales y comunicación” de la UCM. Entre sus publicaciones destacan “Análisis sociohistórico de las relaciones entre el conflicto social y las innovaciones tecnológicas” en la revista *Historia y Comunicación Social*, e “Infoxicación a través de los medios de comunicación”, en *Ámbitos, Revista internacional de Comunicación*. Además, ha presentado las siguientes comunicaciones en congresos internacionales: “Comunicación de las Políticas de Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en las Pequeñas y Medianas empresas en España” y “La imagen en los Medios de Comunicación: visiones del mundo para la reproducción social”. Correo electrónico: bcasas@ucm.es.

Empoderamiento informacional y emancipación tecnológica como elementos estratégicos para el desarrollo de nuevos modelos de activismo mediático (1999-2014)

Informational empowerment and technological emancipation as strategic elements for the development of new models in media activism (1999-2014)

Ildefonso Cordero-Sánchez, Universidad de Granada

Jordi Alberich-Pascual, Universidad de Granada

Resumen

La autogestión de la comunicación y la información ha constituido un factor clave en el empoderamiento comunicacional de los agentes sociales desde finales del siglo XX. La presente comunicación realiza la prospección y urbanización de aquellos elementos estratégicos que han facilitado una mayor autonomía comunicativa a significativos movimientos y organizaciones sociales contemporáneas a través de los nuevos medios, desterrando las inercias limitadoras, cuando no directamente represoras, propias de modelos mediáticos anteriores. Tomando como referencia inicial el diagnóstico histórico de Hans Magnus Enzensberger (1972) para un uso emancipador de los medios de comunicación social, ofrecemos a continuación la revisión del proceso de emergencia y desarrollo de un nuevo paradigma informacional afin con la actividad de significativos movimientos sociales contemporáneos a escala global. Finalmente, ofrecemos un catálogo de elementos estratégicos puestos en práctica por estos movimientos para la promoción de la gestión abierta y emancipadora de los nuevos medios como herramienta de empoderamiento social.

Palabras clave

Nuevos medios; empoderamiento informacional; autocomunicación; emancipación social; cultura libre.

Abstract

Self-management of information and communication has been a key factor in the communication empowerment of social agents since the late twentieth century. This communication makes the exploration and development of those strategic elements that have facilitated greater communicative autonomy to significant contemporary social movements and organizations through new media, banishing limiting inertias, if not directly repressive, proper of previous media models. Taking as a reference the historical diagnosis of Hans Magnus Enzensberger (1972) for an emancipatory use of social media, we analyze then the process of emergence and development of a new information paradigm in the global activity of contemporary social movements. Finally, we offer a selection of strategic elements implemented by these movements for the promotion of an open and emancipatory management of new media as a tool for social empowerment.

Keywords

New Media; informational empowerment; self-communication; social emancipation; free culture.

Biografía

Ildefonso Cordero Sánchez (Madrid, 1969) Licenciado en Comunicación Audiovisual y en Derecho por la Universidad de Granada. Estudiante PhD en el Departamento de Comunicación e Información de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. Premio extraordinario de fin de carrera de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual (2011) y Accesit Nacional Fin de Carrera del Ministerio de Educación (B.O.E. 112, de 8 de mayo de 2014). ORCID 0000-0002-4559-2228. Correo electrónico: inchocordero@gmail.com.

Jordi Alberich Pascual (La Bisbal de Falset, Tarragona, 1969), Doctor por la Universidad de Barcelona (1998), es Profesor Titular de Universidad de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. Ha desarrollado su actividad investigadora como experto en Estética y Cultura Audiovisual Digital. Es miembro del laboratorio de investigación SECABA, e investigador colaborador del grupo de investigación SCI2S (Soft Computing and Intelligent Information Systems) y del Internet interdisciplinary Institute IN3, centro de investigación de excelencia de la Universitat Oberta de Catalunya. ORCID 0000-0001-6871-4614. Correo electrónico: jalberich@ugr.es.

Producción audiovisual orientada al procomún. Una perspectiva desde el documental en el estado español

Commons audiovisual production. A perspective from Spanish documentary

Simón Vialás Fernández, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

Este artículo desarrolla una serie de conceptos e ideas que son claves para el desarrollo de la tesis que lleva el mismo título y son parte esencial de su corpus teórico. Generalmente se atribuye a las TIC la capacidad de democratizar la producción audiovisual, sin embargo son la solidaridad y la cooperación las que permiten llevar a cabo usos críticos que favorecen la democracia. Frente al proceso de mercantilización de la cultura, se está desarrollando una subjetividad y una nueva forma de creatividad basada en la producción y preservación de bienes comunes. En el caso de la producción audiovisual, este tipo de bienes desempeñan un papel fundamental para promover cambios sociales, políticos y económicos. El análisis de un ordenamiento de la producción audiovisual basado en el procomún implica necesariamente evaluar el tipo de relaciones sociales que lo sustentan y cómo se forma el valor de los contenidos y herramientas. A partir de esto se podría determinar de qué modo los productores ejercen un poder relativo en la creación y distribución de contenidos. Partiendo de que en la producción de documental se está desarrollando una subjetividad basada en el procomún, que se manifiesta a través de los contenidos y los modos en que se producen, se plantea una investigación cuantitativa a partir de la que se obtendrán indicadores sobre el uso y producción de bienes comunes, las formas de organización, financiación, los valores según los que se articulan y las normas que establecen. Este análisis será completado con una investigación cualitativa en la que se profundizará sobre las relaciones sociales y de poder que se establecen entre contenidos, productores y audiencias. También se analizarán los procesos de formación de valor, las formas de propiedad y las limitaciones en torno a la utilización de elementos clave de la infraestructura común.

Palabras clave

Producción audiovisual; procomún; cultura libre; software libre; documental.

Abstract

This paper develops a set of concepts and ideas that are key to the development of the thesis that bears the same title and are an essential part of its theoretical corpus. ICT is generally attributed by the ability to democratize audiovisual production, however solidarity and cooperation are which allow to perform critical applications that promote democracy. There is a subjectivity and a new form of creativity which is being developed against the process of commodification of culture and it is based on the production and preservation of commons. In the case of audiovisual production, commons play a key role to promote social, political and economic change. The analysis of an audiovisual production based on the commons system involves necessarily the evaluation of social relationships and how content and tools value is formed. From this, one could determine how producers exert a relative power in the creation and distribution of content. Assuming that the production of documentary is developing a subjectivity based on the commons –which is manifested through the contents and model of production–, quantitative research arises to obtain indicators on the use and

production of common goods, forms of organization, financing and the values by which they articulate and sustain them. This analysis will be completed with qualitative research that will deepen on social and power relations that exist between content producers and audiences. It will also analyze the formation processes of value, the forms of property and limitations regarding the use of key elements of the common infrastructure.

Keywords

Audiovisual production; commons; free culture; free software; documentary.

Introducción

El desarrollo tecnológico ha propiciado un notable incremento en las posibilidades de producir y distribuir contenidos audiovisuales gracias al aumento de la eficiencia en los procesos de creación, captación, manipulación y transmisión. Para la industria este factor supone un incremento de sus márgenes de beneficios y por tanto un aumento de la rentabilidad, mientras que para los realizadores ha significado una disminución de las barreras de entrada que favorece la autoproducción de contenidos. Este hecho ha sido interpretado como un factor “democratizador” de la producción que ha influido en la percepción generalizada de la tecnología como elemento que contribuye al desarrollo de las libertades en el ámbito de la comunicación. Sin embargo, estos valores están condicionados por la capacidad de acceso a bienes de consumo a través del mercado y dejan en evidencia una postura acrítica con respecto a la tecnología en la que no se cuestiona cómo ha sido producida ni se contextualiza cuál es su papel dentro de la sociedad capitalista. Su capacidad para favorecer la libertad o la democracia dependerá de sus usos y de la capacidad de acceso al margen de la sociedad de consumo y de la propiedad industrial.

Aunque el progreso tecnológico ha favorecido la autoproducción y producción independiente, se puede apreciar cómo en la mayoría de los casos se reproduce el modelo de producción y explotación comercial capitalista. No obstante, también se puede percibir una conciencia crítica con respecto a los medios y a los procesos de producción de cultura y tecnología que se puede apreciar en el papel vertebrador de valores como la solidaridad, la autogestión o la cooperación en este tipo de prácticas. El software libre es un ejemplo de esta conciencia que se ha extendido hacia la producción cultural dando lugar al paradigma de la cultura libre. Las personas que producen herramientas o contenidos libres contribuyen al desarrollo de un sustrato de bienes comunes que son libremente accesibles, modificables y reutilizables. Desde este modo se está generando una riqueza común que desempeña un papel fundamental en el

desarrollo de nuevas formas de creatividad y de una subjetividad que tiene el potencial de propiciar cambios sociales, políticos y económicos a través de la subordinación de los imperativos económicos a las estrategias de democratización cultural e igualmente, subordinar la visión económica de la cultura al lado cultural del desarrollo (Zallo, 2011).

A pesar de que se le atribuya a la tecnología la capacidad disruptiva, el desarrollo de relaciones sociales horizontales basadas en la solidaridad o en la cooperación que se promueven desde el software y la cultura libre son un elemento disruptivo de primer orden que suele pasarse por alto. De este modo se puede considerar que el vector disruptor se encuentra en los usos y valores con los que se utiliza o produce. Éstos implican una ruptura con respecto a la sociedad de consumo porque no está orientado a la acumulación de capital, sino de bienes comunes y por tanto es una alternativa al modelo de producción capitalista en la que se sustituyen las relaciones sociales basadas en la explotación y en jerarquías verticales por un modelo de producción distribuido y horizontal que también implica la introducción de afectos que se manifiestan a través de la generosidad o el apoyo mutuo.

El uso y acceso a bienes comunes, así como las relaciones sociales en las que se sustentan, generan tensiones y conflictos sobre el control de la producción y el flujo de información y cultura. Estos son gestionados desde posturas antagónicas, de ataque a favor del interés y de defensa del procomún. Dado que las formas de autogestión sustentadas sobre los bienes comunes y sus valores implícitos suponen una amenaza para el desarrollo del capitalismo, se llevan a cabo procesos de privatización y cercamiento que persiguen la desposesión o la restricción a su acceso con el objetivo de desarticular cualquier iniciativa que suponga una amenaza para éste. En el terreno de la producción cultural y tecnológica esta dinámica se puede percibir en ejemplos como las leyes de “propiedad intelectual” mediante las que se restringe el dominio público y los usos justos a la vez que criminaliza y sanciona la copia o el enlace que representan el acto de compartir. Es tristemente frecuente que se perciba la existencia y relevancia de los bienes comunes cuando éstos se encuentran seriamente amenazados o cuando ya han desaparecido.

1. Economía Política de la Comunicación y la Cultura

El análisis de la producción mediática implica pensar cómo los productores ejercen un poder relativo para crear y distribuir contenidos; en consecuencia, el estudio de la producción mediática debe examinar las personas (productores) y los procesos (producción) que hacen que los contenidos adopten distintas formas o enfoques, y esto implica cuestiones fundamentales en torno al poder (Hesmondhalgh, 2010). A partir de estas consideraciones se puede determinar que el sistema de producción audiovisual se basa en la mercantilización de los contenidos, en la explotación del trabajo y la acumulación privada de capital. El capitalismo cognitivo aporta una visión sobre el capitalismo contemporáneo en la que se considera que el capital cognitivo es el capital tractor de todo el sistema y que se desarrolla a través de la apropiación y gestión del conocimiento en todas sus derivas: innovación, creación, educación, aprendizaje o talento (Zallo, 2011). Desde la perspectiva de este modelo se considera a la cultura como un motor económico que se ha incluido en la esfera mercantil por su capacidad de generar grandes rentas. Esto ha propiciado el desarrollo de las industrias culturales que han desempeñado un papel transformador en la noción de acceso, diversidad o calidad ya que es el mercado el que se encarga de legitimar qué es y cómo se distribuye la cultura, afectando así al valor de los contenidos y a las prácticas a través de las que se producen y consumen (Rowan y Martínez, 2009). A su vez, estos factores repercuten directamente sobre las políticas culturales ya que este modelo encierra la lógica de que el desarrollo económico tiene como consecuencia el desarrollo social y cultural, razón por la que muchos países ven en este tipo de industria una herramienta de desarrollo perfecta, fundamentalmente porque atribuye al mercado la función de regular y administrar la cultura.

2. Infraestructura básica común

Yochai Benkler sostiene que para promover y proteger la libertad creativa y la innovación debemos construir una “infraestructura básica común” (Benkler, 2003) que conviva con la “infraestructura propietaria” para que cualquier persona tenga acceso a ella y en consecuencia pueda desarrollar su actividad cultural, tecnológica o científica. Por ello promueve el desarrollo de tres capas:

- a) una capa física que estaría compuesta por redes inalámbricas abiertas
- b) una capa lógica abierta formada por protocolos, estándares y softwares

c) una capa de contenidos abiertos

Benkler considera que el desarrollo de esta infraestructura es una condición *sine qua non* para la transición hacia una sociedad basada en el procomún en la que todas las personas puedan desempeñar un rol activo en la política y en el progreso social. Esta infraestructura común desempeña un papel fundamental en la producción audiovisual, el acceso a este tipo de recursos y las posibilidades que ofrecen para la creación supone un hecho sin precedentes ya que se plantea como una alternativa sostenible frente al modelo capitalista de producción y distribución. Por estos motivos, existen numerosas amenazas que hacen peligrar su pervivencia y desarrollo.

La infraestructura básica común para la producción audiovisual está ampliamente desarrollada y permite que se pueda llevar a cabo cualquier tipo de proyecto utilizando exclusivamente bienes comunes. En este caso, la capa física está compuesta por Internet y por redes ciudadanas como guifi.net y servicios basados en ella como es el caso de la plataforma GISS para realizar *streaming* o servidores autónomos. En esta capa también se incluye el espacio radioeléctrico que ha sufrido una severa privatización en el proceso de transición digital y a partir del que se ha excluido a numerosos medios ciudadanos y comunitarios. Gracias a los grandes avances que se han realizado en el terreno del hardware libre actualmente se puede disponer de una infraestructura en la que figuran piezas clave como el controlador Arduino, micro ordenadores como Raspberry Pi o cámaras de hardware libre como las Elphel y la Axiom que cuentan con características similares a las que se utilizan en rodajes cinematográficos. Esta capa estaría incompleta si no se incluyesen en ella espacios físicos como *medialabs*, *hackerspaces*, centros sociales o salas de exhibición que resultan esenciales para la coordinación y encuentro de personas y comunidades afines a la producción.

En la capa lógica el software libre ha experimentado un gran desarrollo y en la actualidad se cuenta con todos los programas necesarios para abordar una producción audiovisual, desde la fase de guión hasta la posproducción y exhibición. Los programas libres para la producción audiovisual gozan en la actualidad de las mismas capacidades que los programas privativos y han mejorado notablemente su usabilidad. Además de los programas existen otros recursos comunes como los formatos y códecs libres que evitan los abusos derivados del monopolio de los estándares cerrados y permiten que los contenidos puedan ser reutilizados para realizar obras derivadas. En esta capa también se encuentran los lenguajes de programación, *frameworks* y librerías a partir de los que se desarrollan los programas con los que se realizan de grabación, transmisión o

conversión y que son imprescindibles para futuros desarrollos e innovaciones.

La capa compuesta por los contenidos goza de una gran vitalidad gracias a las contribuciones de miles de creadores que utilizan licencias libres en obras de todos los géneros, además de éstos también se incluyen en esta capa los contenidos que son de dominio público. Los archivos y colecciones, así como los portales que permiten filtrar búsquedas para recuperar contenidos libres son una pieza fundamental a través de la que se permite el acceso tanto para su consumo como para ser reutilizados en documentales, remezclas y otros géneros. Por otro lado, también forman parte de esta capa los recursos educativos como tutoriales o guías que desempeñan un papel fundamental en los procesos de aprendizaje y formación. La relevancia de los contenidos libres se basa por tanto en la capacidad de acceso y uso que otorga a consumidores y creadores, pero también en la posibilidad de contrarrestar los discursos hegemónicos de las industrias culturales que deciden sobre quién dice qué a través de los signos culturales clave de nuestro tiempo.

También se deben incluir en esta infraestructura recursos relacionados con la financiación de los proyectos. A partir de la economía solidaria se han desarrollado diversas iniciativas basadas en el cooperativismo y mutualismo que han permitido la producción de un sinfín de proyectos audiovisuales. Plataformas de financiación colectiva y colaboración distribuida a través de aportaciones monetarias y no monetarias como Goteo.org suponen una estructura fundamental para que proyectos orientados al procomún puedan recabar apoyos. A este tipo de iniciativas también habría que añadir las redes de intercambio y otros modelos de préstamos como el P2P.

3. Procomún

La infraestructura común es un elemento fundamental del procomún pero no es el único. Atendiendo a las diversas definiciones del procomún, se puede convenir que giran en torno a los modelos de propiedad y a la teoría del valor y todas coinciden en que es un sistema social que relaciona a las personas con los recursos de los que disponen y con las formas participativas a partir de las que los gestionan, producen y cuidan (Finidori, 2013). Este sistema se articula a través de tres elementos fundamentales: los bienes comunes, las comunidades y las normas. Los comunes son gestionados y producidos por comunidades que establecen unas normas para su uso y supervisan su cumplimiento efectivo para hacerlo sostenible. Según Finidori el

procomún puede ser descrito como un objeto, entendido como la riqueza que es representada por el conjunto de bienes que heredamos y que creamos, que podemos utilizar y modificar para nuestro sustento. Tenemos la responsabilidad de transmitirlos íntegramente o mejorados a generaciones futuras, por ello debemos cuidarlos y (re)generarlos. El procomún también puede ser descrito como una práctica, entendida como la escala común de valores de la que todos formamos parte; la cultura y las relaciones que construimos entre nosotros mismos y con los recursos; las maneras de estar y hacer en común. Como práctica depende de habilidades, de flujos de conocimiento y de la colaboración y aprendizaje. El resultado del procomún es el bien común, la consecuencia de la práctica, que se concreta en el acceso, las capacidades, el bienestar, la prosperidad o la abundancia. Es por tanto lo que hace que el mundo prospere y que a su vez, se convierta en bienes a cuidar.

El procomún en el ámbito de la producción audiovisual está formado por la infraestructura básica común que existe en este ámbito y que lo representa como objeto en el que se puede sustentar buena parte de la producción. Por tanto, se debe proteger y regenerar para sostener prácticas comunicativas que pongan en práctica la libertad con respecto a las restricciones que aceptamos como precondiciones necesarias para el funcionamiento de la producción, como la propiedad privada. Las formas de estar y hacer en común se refieren en este caso a las relaciones sociales basadas en la colaboración y en los afectos sobre los que se sustenta la producción de los contenidos comunicativos que producen y también por las relaciones que establecen con las personas a las que se dirigen. Esta práctica está vertebrada una escala común de valores representados por la libertad en el acceso a infraestructuras y contenidos, por la cooperación y la ética hacker que basa su hacer en la lógica del código abierto, lo compartido y el trabajo colaborativo y en red. El resultado de estas prácticas se traduce en la capacidad de acceso y uso a partir de la que se crea prosperidad y abundancia en torno a la cultura audiovisual.

4. Producción orientada al procomún

Martín-Barbero (1987) sostiene que la cultura se transmite y modifica de generación en generación a través del aprendizaje y la reapropiación subjetiva de los contenidos. Bajo la perspectiva de la producción, añadiríamos que esta reapropiación y aprendizaje no atañe únicamente a los contenidos, sino que también debe serlo de los modos y medios de producción. La infraestructura común para la producción

audiovisual es un ejemplo destacable por su capacidad de generar espacios, códigos organizativos, infraestructuras y relaciones sociales basadas y orientadas al procomún que ejemplifica cómo los individuos y las comunidades pueden producir en su propio interés. De este modo, el procomún plantea un posicionamiento político y moral a partir del que se desarrolla una subjetividad que se expresa a través de la defensa de derechos fundamentales y en el desarrollo de un modelo de producción cooperativa que persigue la desmercantilización de las relaciones sociales, la comunicación, el conocimiento, la tecnología y la cultura. Esta subjetividad recoge y desarrolla los aportes recibidos desde múltiples experiencias comunitarias que heredan las aspiraciones, experiencias y prácticas de movimientos sociales anteriores transformados por las posibilidades sociotécnicas de las tecnologías de la información y la comunicación que permiten pensarse y actuar a través de redes distribuidas en las que se ponen en práctica formas de inteligencia colectiva a partir de las que se generan patrones emergentes de adaptación colectiva.

La producción orientada al procomún puede considerarse como un ensayo de un modelo productivo que persigue un la sostenibilidad basándose en el desarrollo de unos modos, estructuras e infraestructuras de producción al margen de los ritmos y tiempos impuestos por los sistemas industriales y que no se limitan a crear contenidos, sino que también persiguen el bien común a través de garantizar el acceso, fomentar las capacidades individuales y colectivas a partir de las que se dan condiciones para crear prosperidad y abundancia. En este modelo productivo se puede observar cómo se pone en práctica una triple articulación entre los contenidos y tecnologías libres, la cultura libre y el procomún (Estalella, Rocha y Lafuente, 2013). Las tecnologías y los contenidos constituyen un bien comunal por sí mismos y al mismo tiempo son una infraestructura material imprescindible para la producción del procomún. De este modo la cultura libre es una fuente de inspiración para repensar la producción cultural, su economía política y sus formas de organización (Nanclares, 2013).

La producción audiovisual orientada al procomún se plantea como un modelo de gobernanza para la producción audiovisual a partir del que se contribuye a ensanchar el procomún a través de relaciones sociales, contenidos e infraestructuras. Este modelo basado en el modo de producción P2P (Bauwens, 2006) se caracteriza por sustituir la lógica de mercado, en la que la innovación está determinada por la competencia, por otra basada en la cooperación. Tiene también como rasgos característicos una estructura en forma de red distribuida que se organiza a través de nodos interconectados y la

formación del valor al margen de la lógica de la rentabilidad monetaria. Esto implica que gracias a la articulación social para producir de forma colaborativa y coordinada, se pueden realizar proyectos que no son rentables desde una perspectiva de mercado. Las comunidades desempeñan un papel esencial en este modelo ya que crean sus propias infraestructuras técnicas a partir de las que se construyen alternativas que trascienden la virtualidad y desarrollan espacios comunitarios y de experimentación, que además de desarrollar una intensa actividad a través de distintos tipos de redes, crean espacios de encuentro presencial en los que se refuerzan las relaciones.

5. Documental

La industrialización y mercantilización en el ámbito audiovisual ha influido de un modo particular sobre el documental, según Rusell Porter esto “ha corrompido lo que históricamente ha sido la originalidad ética, estética e innovadora del género”. Esto puede considerarse como una paradoja, ya que el mercado lo absorbe y utiliza para alimentar su engranaje con contenidos que aunque puedan ser críticos con el propio sistema, contribuyen a su sustento y legitimación. Partiendo de que la inversión necesaria para realizar un documental es considerablemente menor que la de una ficción, la financiación de los documentales se han sustentado sobre productores que anteponen los valores informativos y sociales a la rentabilidad monetaria. La dificultad de que un documental sea tan rentable como algunas películas de ficción o por no tener ánimo de lucro, le excluye de fuentes de financiación de dinero público. A este factor se le añade su corta vida comercial por lo que la mayoría resulta inaccesibles cuando termina ese ciclo, esta restricción supone una contradicción con respecto a aspectos esenciales a la praxis del documental como el acceso a la memoria o la preservación de identidades.

En la actualidad el documental goza de una gran vitalidad que se expresa a través de un notable aumento en la producción de este tipo de contenidos, pero también en las formas de experimentación e innovación en áreas como la narratividad o la interactividad que a su vez están directamente relacionadas con la autonomía y libertad creativa. Estos elementos han contribuido a despertar el interés de las audiencias a partir de lo que se plantea una cuestión fundamental en torno al propósito de cambio social que se expresa tanto en las temáticas, como en la posibilidad de que las audiencias se involucren a través de la participación y colaboración. Cabe preguntarse si la

interactividad en el documental puede desarrollarse como herramienta para la mediación del cambio social, ya que a través de ésta se podría mantener un vínculo con la realidad documentada que se extiende en el tiempo y ofrece vías para la actualización y participación de las personas representadas y de la audiencia a la que se dirige (Sora, 2014).

Conclusiones

La producción orientada al procomún plantea una doble dimensión del cambio social que se lleva a cabo a través de los contenidos y su interacción con las audiencias, pero también a través del desarrollo de un modelo productivo basado en la cooperación. Su sostenibilidad debe pasar necesariamente por atender a las condiciones materiales y políticas a partir de las que se puede desarrollar la libertad cognitiva. Un modelo productivo basado en el *copyleft* y el procomún es deseable pero solo en la medida en que sea congruente con cambios políticos y sociales importantes (Rendueles, 2013). Por tanto es esencial que las relaciones comunitarias a partir de las que se desarrolla el procomún se desempeñen de forma continua y establezcan fuertes lazos entre las personas que forman “comunidades éticas” (Bauman, 2006) regidas por compromisos a largo plazo.

Se puede concluir que no se trata de proponer soluciones a las dicotomías, sino de plantear preguntas y vías de acción para ensayar alternativas a la mercantilización de la cultura. Algunas de éstas giran en torno a cómo visibilizar y reflexionar colectivamente sobre cuestiones fundamentales como la propiedad y el valor en la producción cultural, preguntas que se dirigen hacia los contenidos culturales y sobre las consecuencias a largo plazo que generan las relaciones de dependencia en la infraestructura propietaria. Preguntas que en definitiva apuntan sobre cómo se articulan en la actualidad las relaciones entre lo público, el procomún y lo privado, que nos interpelan a responder para ensayar vías para la sostenibilidad de proyectos, instituciones y organizaciones.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2006). *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Bauwens, M. (2006). *La economía política de la Producción entre iguales*. P2P Foundation. Recuperado de http://p2pfoundation.net/La_econom%C3%ADa_pol%C3%ADtica_de_la_Producci%C3%B3n_entre_iguales
- Benkler, Y. (2003). *Economía política del procomún*. Bilbioweb Sindominio. Recuperado de <http://biblioweb.sindominio.net/telematica/yochai.html>

- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bollier, D. (2003). *El redescubrimiento del procomún*. Bilbioweb Sindominio. Recuperado de <http://biblioweb.sindominio.net/telematica/bollier.html>
- Bustamante, E. (Ed.). (2011). *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa.
- Carrubba, L. (2014). *Software libre: gestionando y realizando procomún*. Madrid: INJUVE.
- Finidori, H. (2014). *Qué es el procomún*. Recuperado de <http://guerrillatranslation.com/2013/12/03/que-es-el-procomun/>
- Hesmondhalgh, D. (2010). *Media industry studies, media production production studies*. Recuperado de http://www.academia.edu/1534970/Media_industry_studies_media_production_studies
- Kelty, C. M. (2008). *Two bits: the cultural significance of Free Software*. Durham: Duke University Press
- Kleiner, D. (2010). *Telekommunist manifesto. Network Notebooks 03*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Lafuente, A. (2007). *Los cuatro entornos del procomún*. Barcelona: Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura
- Estalella, A., Lafuente, A y Rocha, J. (2013). *Laboratorios de procomún*. Madrid: Teknocultura.
- Lemos, R. (2008). *Direito, tecnologia e cultura*. Río de Janeiro: Fundação Getulio Vargas
- Malina, T. (2006). *Activismo copyleft, liberar los códigos de producción tecnopolítica*. Compartir es bueno. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moreira Salles, J. (2005). *Imagens em conflito. O cinema do real*. São Paulo: COSAC NAIFY.
- Ostrom, E y Hess, C. (Eds.) (2006). *Understanding knowledge as a commons*. MIT Press.
- Porter, R. (2005). *Sobre documentários e sapatos. O cinema do real*. São Paulo: COSAC NAIFY.
- Rendueles, C. (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitan Swing.
- Rowan, J. (2011). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños
- Rowan, J. y Martínez, R. (2009). *Nuevas economías de la cultura*. Barcelona: Yproductions.
- Sora, C. (2014). *Webdoc por el cambio social*. CCCB. Recuperado de http://blogs.cccb.org/lab/es/article_webdocs-pel-canvi-social/
- Stallman, R. M. (2004). *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Weinrichter, A. (2005). *Jugando en los archivos de lo real. Apropiación y remontaje en el cine de no-ficción. Documental y vanguardia*. Madrid: Cátedra – Signo e imagen.
- Yañez, M. (2013). *El documental que viene nace de la web*. Embed.at. Recuperado de <http://antes.embed.at/article81.html>
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura*. Barcelona: Gedisa

Biografía

Simón Vialás Fernández cuenta con una amplia experiencia profesional en producción audiovisual de cine y televisión. Actualmente realiza estudios de Doctorado en comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), su tesis trata sobre la producción de cine documental orientada al procomún. Simón ha compaginado su experiencia profesional con su otra gran vocación, la investigación y docencia en el ámbito audiovisual. Trabajó como profesor asociado de los laboratorios de radio y televisión de la UAB, también ha dirigido y participado en proyectos de alfabetización mediática en España y América Latina. Ha sido el impulsor del proyecto KinoRAW junto a Carlos Padial, en él investigan y divulgan el uso de herramientas de software libre y hardware abierto en la producción audiovisual. Correo electrónico: simon@kinoraw.net.

La evaluación de la Comunicación para la Transformación de Conflictos

Evaluation of Communication for Conflict Transformation

Cristina Sala Valdés, Voics Institute

Resumen

La comunicación para la transformación de conflictos es un área relativamente nueva dentro del vasto campo de la prevención de conflictos y la construcción de paz. La comunicación para la transformación de conflictos es una propuesta normativa y pedagógica que posibilita el empoderamiento de los comunicadores, de las personas que trabajen con ellos y la transformación de imaginarios de la audiencia en relación a las temáticas abordadas en los productos comunicativos que se vayan generando. Un gran número de programas y proyectos que han sido diseñados utilizando la comunicación como medio para la transformación de conflictos, no se han sometido a una evaluación que permita recoger y analizar sistemáticamente la información para poder comprender y dotar de significado lo que ocurre como consecuencia de su intervención en la realidad.

Con el fin de comenzar a crear un modelo evaluativo que posibilite un análisis de las acciones emprendidas en el marco de la comunicación para la transformación de conflictos, se ha realizado una revisión bibliográfica de las propuestas evaluativas que han surgido desde las áreas de prevención de conflictos y construcción de paz (OECD, 2008) y también de las reflexiones generadas dentro del campo de medios de comunicación y conflicto (Arsenault y Himelfarb, 2011).

Uno de los primeros resultados arrojados es la necesidad de diseñar un modelo evaluativo que incluya tanto la perspectiva de la evaluación basada en la teoría, que permite una exploración más comprensiva de los procesos, los resultados, las cuestiones estructurales e incluso del contexto mismo (Weiss, 1995); y una evaluación basada en criterios que permiten establecer comparaciones sistemáticas.

Palabras clave

Evaluación; comunicación; paz; conflicto; sistémica.

Abstract

Communication for conflict transformation is an area of knowledge relatively new within the wide camp of conflict prevention and peacebuilding. Communication for conflict transformation is a normative and pedagogic proposal that enables communicators and collaborators' empowerment, besides a transformation of audiences' imaginaries related to the audio-visual products that are generated.

A high number of programs and projects that have been designed using communication as a mean of conflict transformation have not been evaluated. Therefore a systematized process of data delivery and analysis in order to understand its impact and scope generated is missing.

Aiming to starting a design of an evaluative framework that enables an analysis of the activities undertaken within the area of communication for conflict transformation, a bibliographic review of the evaluative approaches coming from conflict prevention and peacebuilding has been conducted (OECD, 2008). Furthermore, reflections made on the intertwining between media and conflict have been taken into account (Arsenault & Himelfarb, 2011).

A need of designing an evaluative approach that includes both theory based (Weiss, 1995) and criterion based evaluation has been one of the first insights revealed.

Keywords

Evaluation; communication; peace; conflict; systemic.

Biografía

Cristina Sala Valdés es directora del Instituto Voics, un centro dedicado al estudio, diseño de propuestas y formación en comunicación, mediación y evaluación hacia el cambio social y la construcción de paz. Es candidata al título de Doctora por la Universidad de Deusto con una tesis dedicada a la Comunicación para la Transformación de Conflictos y Magíster en Evaluación de Programas y Políticas Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Cristina colabora con el Observatorio de Relaciones Unión Europea y América Latina (OBREAL) en el diseño y evaluación de proyectos de desarrollo y paz. Participa además como tutora del Máster en Conflictología del Campus de la Paz de la Universidad Oberta de Catalunya y de distintos cursos online que se imparten en el Instituto de Estudios de la Paz y la Cooperación (Universidad de Oviedo). Sus principales intereses y temas de investigación son la comunicación para el cambio social, los medios de comunicación y la construcción de paz, comunicación para la transformación de conflictos y la evaluación de la prevención de conflictos y la paz; y la educación para la paz. Correo electrónico: crisrina.sala@voicsinstitute.org.

Evaluando a los evaluadores: estudio de caso de la aplicación de los IDM en Uruguay

Evaluating the evaluators: case study of the implementation of MDIs in Uruguay

Ruth Ainhoa de Frutos García, Universidad de Málaga

Resumen

Identificar, revisar y analizar críticamente las dinámicas mediáticas y su relación con las esferas políticas y económicas en los distintos contextos sociales ha sido una constante en los estudios de comunicación y sociología. En particular, desde los años setenta del siglo pasado se ha producido un aumento significativo en la creación de instrumentos que permitiesen la cuantificación de este tipo de fenómenos a escala local, regional e internacional.

Uno de los ejemplos más destacados fueron los indicadores de desarrollo mediático (IDM) promovidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Los IDM, aprobados por el consejo de la institución internacional en 2008, constituyeron “una importante herramienta de diagnóstico para que todos los actores evalúen el nivel de desarrollo de los medios de comunicación en un determinado país y de esta manera determinen las áreas en las cuales más apoyo se requiere” (UNESCO, 2008).

En los últimos años, los indicadores de desarrollo mediático han sido utilizados como referencia por distintos agentes en el campo del desarrollo mediático, como el PNUD, el Banco Mundial o el Consejo de Europa. Sin embargo, existe una ausencia de investigaciones que promuevan el análisis crítico de estos instrumentos y, en particular, de cómo se están desarrollando las aplicaciones de estos sistemas de indicadores en el mundo.

Esta comunicación presenta los resultados de la observación participante realizada al grupo de investigadores que están llevando a cabo la ejecución de los IDM de la UNESCO en Uruguay, con el apoyo de la Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe. El diseño secuencial exploratorio planteado para el presente estudio (Cresswell, 2014) se ha estructurado en tres fases: en primer lugar, se ha realizado una revisión documental de fuentes primarias y secundarias relacionadas con monitoreos de medios de comunicación en el país latinoamericano, en una segunda fase se ha elaborado un diario de campo de la observación participante y, por último, se han realizado diversas entrevistas en profundidad a los docentes de universidades públicas y privadas que formaban parte del equipo de implementación de los indicadores.

Entre los principales resultados del análisis crítico de la aplicación de los IDM en Uruguay, realizada entre julio y septiembre de 2014, destacan los desafíos ideológicos, teórico-conceptuales y metodológicos relacionados con la implementación de la herramienta de UNESCO en un contexto con las particularidades del sistema mediático uruguayo.

Palabras clave

Comunicación; desarrollo; indicadores; Uruguay.

Abstract

Identifying, reviewing and critically analyzing media dynamics and its relation to the political and economic spheres in different social contexts has been a constant in Communication Studies and Sociology. Particularly, since 1970s, there has been a

significant increase in the development of tools that enable quantifying these phenomena at local, regional, and international levels.

One of the most prominent examples were the Media Development Indicators (MDIs), promoted by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). The MDIs, approved by the board of the international institution in 2008, constituted “an important diagnostic tool for all stakeholders to assess media development in a given country and to thereby determine the areas in which assistance is most needed” (UNESCO, 2008).

In recent years, media development indicators have been used as a reference by various actors in the field of media development, such as UNDP, the World Bank and the Council of Europe. However, there is a lack of research actions that promote critical analysis of these instruments and, in particular, of how the application of these systems of indicators is being developed in the world.

This paper presents the results of participant observation of a group of researchers who are implementing the UNESCO MDIs in Uruguay, also supported by the Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean. The exploratory sequential design proposed for the present study (Cresswell, 2014) is structured in three phases. First, there has been a literature review of primary and secondary sources related to media monitoring in this Latin American country. In a second phase, a field diary of participant observation has been elaborated. Finally, several teachers, in public and private universities that were part of the implementation team of the indicators, have been interviewed.

The main results of the critical analysis of the implementation of the MDIs in Uruguay, conducted between July and September 2014, highlight the theoretical, conceptual and methodological ideological challenges related to the implementation of this tool proposed by UNESCO in a context with the particularities of Uruguayan media system.

Keywords

Communication; development; indicators; Uruguay.

Introducción

El análisis de la realidad mediática ha sido una constante, especialmente a partir de los años setenta del siglo pasado, momento desde el cual se puede observar un aumento significativo en la creación de instrumentos vinculados a la cuantificación de este tipo de fenómenos a escala local, regional e internacional.

En 2008, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) promovió el primer corpus de índices con el objetivo de medir la importancia de los medios de comunicación en distintos entornos. Los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) constituyeron “una importante herramienta de diagnóstico para que todos los actores evalúen el nivel de desarrollo de los medios de comunicación en un determinado país y de esta manera determinen las áreas en las cuales más apoyo se requiere” (UNESCO, 2008).

En los últimos años, esta herramienta de medición ha sido utilizada como fuente de información cualificada por diversos agentes, entre los que destacan el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Banco Mundial o el Consejo de Europa.

Este trabajo presenta los resultados de la observación participante realizada al grupo de investigadores que están llevando a cabo la ejecución de los IDM de UNESCO en Uruguay, con el apoyo de la Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe de la institución internacional.

1. Metodología

Para llevar a cabo un análisis pormenorizado de los IDM y su aplicación en un entorno mediático concreto, se ha diseñado un instrumento metodológico que responde a la denominación de secuencial exploratorio utilizada por el profesor J. Cresswell (2014) y que parte de una revisión documental de fuentes primarias y secundarias relacionadas con monitoreos de medios de comunicación en el país latinoamericano, prosigue con una segunda fase en la que se ha elaborado un diario de campo de la observación participante y, por último, diversas entrevistas en profundidad a los miembros del equipo de implementación de los indicadores en Uruguay.

En particular, la observación participante del proyecto de aplicación de los IDM de UNESCO en Uruguay se realizó entre el 19 de julio y el 19 de septiembre de 2014. Durante dicha estancia de investigación en la Universidad de la República se analizó la investigación conjunta llevada a cabo por todas las facultades de Comunicación de Uruguay y el Sector Comunicación e Información de la Oficina Regional de Ciencia de la UNESCO para América Latina y el Caribe¹.

El examen del sector mediático uruguayo se ha planteado con base en seis dimensiones analíticas² sugeridas por el documento *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación*, aprobado

¹ Los objetivos centrales de la aplicación de los IDM eran, según el documento de trabajo al que ha tenido acceso la investigadora: a) describir y analizar el estado de desarrollo de los medios de comunicación social –públicos, privados y comunitarios– en Uruguay; y b) socializar el conocimiento generado a través de la investigación, como modo de promover el compromiso de los diferentes actores con la construcción democrática y el desarrollo humano. El apoyo de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) permitirá desarrollar el primero de estos objetivos.

² 1. Sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de medios de comunicación social. 2. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad. 3. Los medios como plataforma para el debate democrático. 4. Capacitación profesional e institucional de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad. 5. Capacidad infraestructural para apoyar a medios independientes y pluralistas. 6. Estado actual de las TIC en relación al desarrollo mediático.

por la 26ª sesión del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones de UNESCO (2008). Se pretendía profundizar sobre el papel que los medios desempeñan como actores y como plataforma comunicativa, a la hora de propiciar activamente procesos sustentables de desarrollo democrático, a través de la participación pluralista, el reconocimiento de las necesidades de información de todos los grupos sociales, y la promoción del debate público informado sobre los asuntos que conciernen a la ciudadanía (UNESCO, 2014).

Para ello, el diseño de la observación participante ha comprendido un proceso de investigación, a partir de la participación en reuniones, talleres y entrevistas a fondo con los actores vinculados a las unidades de análisis, con el objeto de conocer en profundidad el desempeño de las variables indagadas. Asimismo, se ha redactado un diario de campo para registrar todos los avances que se iban produciendo en la aplicación de los IDM en el ecosistema mediático uruguayo.

2. Antecedentes de la aplicación de los IDM en Uruguay

Uruguay se enfrenta al desafío de democratizar el desarrollo alcanzando a todos los sectores sociales y particularmente a los más vulnerables. La comunicación se ve como una herramienta estratégica del debate, el diálogo y la cooperación de los actores que en su diversidad de intereses, necesidades, habilidades, capacidad económica y decisoria, son a la vez los productores y destinatarios del desarrollo de la comunidad (Kaplún, 2013).

La iniciativa para la aplicación de los IDM en Uruguay fue presentada por el Sector Comunicación e Información de la UNESCO en Montevideo (Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe) a las áreas de comunicación de todas las universidades del país, donde fue acogida como una oportunidad de favorecer, desde su experiencia, el desarrollo mediático en Uruguay. Así, en julio de 2010, comenzó un proceso de diseño y planificación del primer estudio nacional sobre desarrollo mediático, promovido por UNESCO Montevideo y dirigido por un comité en el que están representadas la totalidad de las universidades públicas y privadas que imparten formación en comunicación: Universidad de la República (UdelaR), Universidad del Trabajo del Uruguay (UTU), Universidad Católica del Uruguay (UCU), Universidad de Montevideo (UM) y Universidad ORT. A este grupo, se suma en un segundo momento la Facultad de Ciencias Sociales de la UdelaR a través de ObservaTIC. En 2010, el

citado grupo interuniversitario presentó un proyecto a UNESCO para financiar parte de las actividades. En concreto, aquellas dirigidas a los actores de los medios que obtuvo finalmente la financiación en 2011³, lo que conllevó un retraso en la ejecución del estudio. La coordinación de las facultades de comunicación del país latinoamericano para llevar a cabo la aplicación de los IDM en Uruguay es una característica distintiva del proyecto que es destacado por todos los miembros del equipo de trabajo. Un procedimiento similar se llevó a cabo en Brasil, donde la Universidade Federal de Rio de Janeiro (UFRJ), la Universidade de Brasília (UnB) y la Universidade de São Paulo (USP) colaboraron con otros agentes de la sociedad civil y UNESCO en la realización del análisis.

En términos generales, la aplicación de los indicadores se puede dividir en dos grandes ejes. Por un lado, la revisión y sistematización de información secundaria y, por otro, la generación de información primaria mediante grupos de trabajo divididos por metodologías y por categorías.

Para la primera etapa de la investigación se han llevado a cabo entrevistas semiestructuradas a informantes calificados y análisis de fuentes documentales relativas a todas las categorías de indicadores propuestas, principalmente las que refieren al sistema regulador y la concentración de los medios, según se ha podido observar durante la observación participante.

En una segunda fase, se ha obtenido información primaria mediante el análisis de prensa y de contenidos de medios, entrevistas semiestructuradas a actores clave del desarrollo mediático, encuestas a comunicadores, encuesta de opinión pública a nivel nacional y consulta a futuros comunicadores y sus formadores. Estas actividades, según los miembros del equipo, servirán para completar la información concerniente a todas las categorías, en especial las que aluden a la disponibilidad, el uso y la apropiación de herramientas de participación de los distintos actores en la comunicación mediática.

Dicha labor se lleva a cabo por personal debidamente formado para estos fines procedente de las propias universidades, UNESCO, etc. Dada la complejidad de la aplicación de los IDM en Uruguay y la necesidad de involucrar las distintas partes interesadas en el proceso (como recomienda UNESCO 2012; 2008), se ha previsto la

³ Las actividades dirigidas a otros actores relevantes (sector privado, sociedad civil, gobierno y políticos en general, docentes y alumnado de los grados de comunicación, etc.) están siendo asumidas por las universidades implicadas, como parte de su contribución al desarrollo mediático en Uruguay.

realización de distintos talleres de intercambio entre los actores interesados⁴, con el objeto de iniciar desde el punto de partida de la investigación un proceso de sensibilización con la temática y una apropiación de los resultados.

Tabla 1. Informantes que han colaborado con la observación participante

Institución	Persona de contacto durante la observación participante
Sector Comunicación e Información - Oficina Regional de Ciencia de la UNESCO para América Latina y el Caribe.	Guilherme Canela
LICCOM – UdelaR	Gabriel Kaplún Rosario Radanovic
LICCOM – UCU	Mónica Arzuaga Giorgina Santangelo Matías Ponce
LICCOM – Universidad ORT	Virginia Silva
LICCOM – Universidad de Montevideo	Patricia Schroeder Victoria Gómez Álvaro Pérez
Escuela de Comunicación Social – UTU	Amalia López Alejandra Arena
OBSERVATIC – Facultad de Ciencias Sociales UdelaR	Ana Laura Rivoir María Julia Morales

Fuente: Elaboración propia.

3. Resultados de la observación participante

Durante los dos meses que ha durado la observación participante de la aplicación de los IDM en Uruguay se han podido constatar algunas de las premisas de la presente investigación. A continuación se enumeran los resultados más importantes de este estudio de caso.

En primer lugar, se ha constatado que la propia composición del grupo de trabajo ha aumentado las fortalezas y las debilidades del estudio. El hecho de que universidades públicas y privadas uniesen sus esfuerzos para desarrollar una investigación sin antecedentes en Uruguay ha generado una voluntad de continuidad en esta línea de

⁴ Para la realización de los talleres se tendrá en cuenta la naturaleza de los agentes invitados, entre los que se encontrarán directivos del sector público, privado y comunitario; organizaciones, asociaciones y sindicatos; comunicadores profesionales y asociaciones de comunicación; estudiantes, egresados y docentes y especialistas jurídicos y de políticas públicas de la comunicación. El 30 de julio de 2014 el grupo interfacultades tenía planeado presentar los principales resultados de las categorías 1 y 2 al consejo asesor formado por miembros de medios públicos, privados y comunitarios en una reunión a puerta cerrada. En ella también se iban las primeras conclusiones de la categoría 3, desarrollada mediante la primera encuesta nacional de opinión pública, encuestas a periodistas, análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas a miembros de la OSC y de los medios. Sin embargo, la estancia de investigación en la UdelaR finalizó sin la realización de esta reunión con otros actores dada la complejidad de dichas categorías.

trabajo conjunta, que se constata en todas las reuniones y entrevistas en profundidad mantenidas de forma individual con los miembros (Tablas 1, 2 y 3), además de evitar posibles presiones en la evaluación del sistema mediático uruguayo. Así lo explica el director de la Facultad de Comunicación de la UdelaR, Gabriel Kaplún:

[...] Podía asegurar más legitimidad, más distancia en principio de los actores en juego y de los conflictos en muchos de estos temas. Además, si estaban muchas de las universidades que, además, en este país son muy pocas, esa garantía era mayor. [Las universidades conforman] un abanico plural en materia ideológica. Por ejemplo, estas universidades tienen orientaciones distintas. La incorporación de la UTU [Universidad del Trabajo del Uruguay] es un poco especial puesto que no es estrictamente una universidad aunque tiene también formación terciaria pero es formación profesional, como se diría en España. Se incorporó porque había estado en el ejercicio anterior y a UNESCO le pareció pertinente (Gabriel Kaplún, profesor de UdelaR).

Tabla 2. Reuniones llevadas a cabo durante el tiempo de observación participante

Equipo que participó en la reunión	Fecha y datos referentes a cada una de las reuniones
Equipo de coordinación	Lunes, 28 de julio 2014
Equipo de investigación	Martes, 19 de agosto 2014
Equipo de coordinación	Martes, 26 de agosto 2014
Equipo de coordinación y miembros del equipo de investigación encargados de las categorías 1 y 2	Martes, 2 de septiembre 2014

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Entrevistas a fondo

Nombre de la persona	Cargo	Fecha
Alejandra Arena	UTU	Jueves, 20 agosto 2014
Álvaro Pérez	UM	Miércoles, 27 de agosto 2014
Victoria Gómez	UM	Miércoles, 27 de agosto 2014
Patricia Schroeder	UM	Miércoles, 27 de agosto 2014
Rosario Radakovich	FIC-UdelaR	Jueves, 28 de agosto 2014
Guilherme Canela	UNESCO. Consejero de Comunicación e Información para el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay and Uruguay) and Chile	Jueves, 28 de agosto 2014
Mónica Arzuaga	UCU	Martes, 3 de septiembre 2014
Gabriel Kaplún	UdelaR	Martes, 3 de septiembre 2014
Matías Ponce	UCU	Miércoles, 4 de septiembre 2014

Fuente: Instituto Verificador de Circulaciones (2012).

Sin embargo, la dificultad de trabajar simultáneamente y desde distintas aproximaciones al objeto de estudio ha dificultado sumamente el estudio del sistema uruguayo. La asistencia a las reuniones se veía mermada por la carga docente del

profesorado que, en algunos casos, coincidía con la hora del encuentro. Además, durante varias ocasiones se tuvo que retrasar la fecha límite de presentación de partes fundamentales del informe por falta de profundización o de adecuación en los contenidos.

Cabe destacar que ninguno de los miembros del equipo de aplicación de los IDM en el país latinoamericano han poseído dedicación completa por lo que sus responsabilidades docentes o investigadoras en otros ámbitos dificultaban la coordinación respecto a los indicadores de desarrollo mediático. En algunos momentos, la falta de especialización de los miembros del equipo de investigación sobre cuestiones muy específicas ligadas a la aplicación de los IDM también ralentizó el proceso (Mónica Arzuaga, profesora de la UCU).

Esta característica, unida a la estrecha relación con UNESCO durante todo el proceso, diferencia la labor en Uruguay con la aplicación en otros ecosistemas mediáticos donde la aplicación venía desarrollada por organismos completamente independientes de la organización internacional, como el caso de Benín o Qatar, o donde el proceso estaba financiado por UNESCO, lo que exigía ciertos requisitos, como podría ser el caso inconcluso de Venezuela.

La inclusión de los indicadores de género para medios de comunicación (*Gender-Sensitive Indicators for Media*, GSIM) (UNESCO, 2012) a la aplicación de los IDM en Uruguay ha sido otro de los desafíos que ha tenido que acometer el equipo de investigación.

A comienzos de este año, el representante de UNESCO [Guilherme Canela] me comentó la posibilidad de incorporar los indicadores de género a nuestro estudio y abrir inmediatamente los recursos para ello. Me pareció que debía formalizar el planteo y exponérselo a todos los miembros del equipo ya que no solo yo tomo las decisiones y se inició la incorporación de estos indicadores de género (Gabriel Kaplún, profesor de la UdelaR).

Realizando un análisis crítico de la redefinición de los indicadores tras la incorporación de otros índices, parece pertinente realizar estas modificaciones a los IDM originales, generando puentes entre investigadores y responsables de políticas públicas de comunicación, reguladores, activistas y académicos.

Según el Consejero de Comunicación e Información para el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay and Uruguay) y Chile, Guilherme Canela, UNESCO recomendó a algunos países incorporar otros corpus de indicadores que derivan de los IDM. En el caso particular de Uruguay, caracterizado por su reducida población, un

crecimiento económico sostenido y políticas públicas enfocadas a la cobertura universal, la aplicación del sistema de los GSIM fue el más apropiado. Sin embargo, en otros países se decantaron por los Indicadores de la Seguridad de los Periodistas (UNESCO, 2013) o los Indicadores de calidad de las emisoras (UNESCO, 2012b), que se aplicarán próximamente en Colombia, Perú o Argentina, según Canela.

La pobreza era, junto con el género, el único indicador transversal que se recogía en el informe de los IDM de UNESCO (2008). No obstante, no se ha tenido en cuenta en el desarrollo de la aplicación de los índices en el ecosistema uruguayo. Al preguntar sobre esta cuestión a los investigadores que podían, por su área de conocimiento, conocer más sobre la situación socio-económica en el país latinoamericano, sus respuestas sobre la posible incorporación de la pobreza en la aplicación de los IDM fueron concretas:

No, y en Uruguay afecta directamente en dos áreas que tienen que ver con la aplicación de los IDM. En primer lugar, no tenemos tan desarrollado el análisis del consumo de medios discriminado por el nivel socio-económico. Hay algunos indicadores, más bien de consumo cultural que produce la UdelaR pero no tenemos índices de consumo mediático discriminado por nivel socio-económico, lo que sería muy interesante. Tenemos estudios de *target* de audiencia pero no los usos y gratificaciones que se le da a los medios de comunicación según tu estatus. Por otro lado, todo el tema de radiodifusión comunitaria que, evidentemente, hay un proyecto de investigación del PRODIC que dirigen Gabriel [Kaplún] y François [Graña], en el que yo participé, en el que analizamos las radios comunitarias. Ahí existe un cruce para ver los indicadores de pobreza con la producción de los medios comunitarios (Matías Ponce, profesor de la UCU).

Otra de las cuestiones que más inconvenientes ha generado dentro del equipo de investigación es la definición de grupos vulnerables, que aparece en los IDM de UNESCO (2008) aunque no viene definida en el informe. De hecho, las particularidades socio-económicas de Uruguay en comparación con sus vecinos latinoamericanos hace que no existan casos de pluralidad lingüística en el territorio⁵, comunidades procedentes de pueblos originarios u otro tipo de cuestiones⁶ que en naciones limítrofes pueden dar lugar a una protección específica. Es por ello que los profesores de la Universidad de Montevideo Victoria Gómez y Álvaro Pérez optaron por plantear al resto del equipo la

⁵ El idioma oficial de Uruguay es el español aunque en la frontera con Brasil se habla informalmente un dialecto conocido como portuñol, mezcla entre castellano y portugués.

⁶ Según cálculos oficiales, la población considerada de origen caucásico era del 88 por ciento en 2011, mientras que los afrodescendientes representaban el 4,6.

posibilidad de utilizar la definición del PNUD utilizada en el informe *Perfil de estratos sociales en América Latina: pobres, vulnerables y clases medias* (PNUD, 2014).

Además del retraso producido debido a la falta de financiación inicial, el proceso de aplicación de los IDM en el escenario uruguayo coincide con la campaña electoral nacional. De hecho, la toma de posesión en marzo de 2015 del ejecutivo nacional fue vista por alguno de los miembros del equipo de coordinación como un excelente momento para realizar una campaña de comunicación en la que se visibilizarían los resultados del estudio. La apropiación del discurso por parte de agentes sociales de todo tipo para su posterior incorporación en las políticas públicas nacionales es la principal apuesta del equipo de investigación y está fuertemente apoyada por la oficina regional de UNESCO.

Guilherme Canela afirma que se “deben pensar en indicadores 3.0 que no solo nos enseñen el output de la realidad sino el *outcome*, es decir, que fomenten políticas públicas de transformación del escenario mediático. Para ello, una fotografía del ecosistema es necesaria, puesto que de ella se pueden generar estrategias de cambio social impulsadas desde los distintos actores”.

La aplicación de los IDM en Uruguay se ha producido en un periodo caracterizado por dos factores. En primer lugar, por un cambio en la legislación relativa al escenario mediático y, en segundo, por las elecciones nacionales en octubre y noviembre de 2014. Si bien hay componentes del equipo de coordinación que veían esta situación como un mal momento para la realización del estudio, otros minimizaban las consecuencias de estos dos factores en la implementación.

Para mí fue terrible. Un terrible momento para hacer el estudio porque no estás midiendo absolutamente nada sino que se te está moviendo el objeto de estudio, se está polarizando, hay cosas que están interviniendo... La campaña. ¡En el medio de la campaña hacer este estudio! Eso es independiente de UNESCO. La propuesta de UNESCO me parece valiosa en sí misma, puede ser cuestionable, se puede mejorar, agregar, como todas las propuestas, pero es una propuesta interesante de sistematización que orienta bien y, además, identifica todos los medios de verificación para cada subindicador. Ese es un esfuerzo interesante, incluso para formación. [...] (Mónica Arzuaga, profesora de la UCU).

De hecho, algunos miembros del equipo de investigación también mostraron su malestar sobre las modificaciones que se estaban produciendo en el escenario mediático uruguayo y las dificultades que esto planteaba al estudio. Sin embargo, pudieron

solventarse, como se observa en la entrevista a fondo realizada al profesor de la UCU, Matías Ponce:

Sí, en realidad me pasa lo mismo que nos pasó cuando aplicamos el *Mapping [Digital Media]*. Estamos en una época de transición y, al estar en ella, se hace mucho más difícil generar un mapeo en estos términos. Debés hacer el esfuerzo de relevar toda la discusión, todo lo que hay ahora, todo lo que se está modificando y cómo quedaría. Y, en el cómo quedaría además debés incorporar la visión de los que están a favor y de los que están en contra. Y esto lo hace mucho más interesante y difícil. Ya has visto en las reuniones que hay cosas en las que no nos ponemos de acuerdo como, por ejemplo, hasta dónde llega el sistema regulador, si por sistema regulador entendemos solamente al ente regulador o entendemos toda la regulación de las políticas de comunicación con todas las leyes y decretos. Esas discusiones conceptuales son lo más interesante. Creo que en la categoría 1 y 2 hicimos un buen trabajo de campo con los juristas y los especialistas en temáticas de políticas de la comunicación, con activistas de la sociedad civil que están con el tema y relevamos un buen estado de opinión (Matías Ponce, profesor de la UCU).

Por último, es interesante observar las distintas posiciones que adquieren los expertos a la hora de identificar las potencialidades de los IDM. En particular, se han observado dos claras tendencias con respecto a la utilidad del informe. Por un lado, aquellos investigadores que piensan que debe ser un documento meramente técnico y otros que creen que debe ser utilizado como insumo político.

Conclusiones

La presente investigación sobre el proceso de aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de UNESCO aplicados en el entorno uruguayo durante 2014 ha permitido evidenciar los claros desafíos ideológicos, teórico-conceptuales y metodológicos a los que se enfrentan los miembros de universidades públicas y privadas que están llevando a cabo la implementación bajo la supervisión de la oficina de la organización internacional.

La falta de estandarización en los conceptos puede conducir a lagunas que, si bien representan una oportunidad para los investigadores al poder adecuar los instrumentos a sus realidades concretas, puede generar incertidumbres conceptuales que afecten directamente a la consecución de los objetivos de la evaluación de los medios públicos, privados y comunitarios en Uruguay.

Por otra parte, cabe destacar que la aplicación de los IDM en el país latinoamericano se ha producido en un periodo caracterizado por dos factores. En

primer lugar, por una escena legislativa cambiante, en tanto el pasado 22 de diciembre de 2014 se aprobó definitivamente en la Cámara de Diputados la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y, en segundo, por las elecciones nacionales en octubre y noviembre de 2014 que dieron como vencedor al Frente Amplio.

Bibliografía

- Creswell, J. W. (2014). *Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Londres: Sage Publications.
- Kaplún, G. (2013). Medios masivos. En Oxandabarat, R. y Kaplún G. (Coords.) *Cine y medios masivos* (pp. 39-65). Montevideo: Comisión del Bicentenario.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Paris: UNESCO. Recuperado de <http://unesdoc.UNESCO.org/images/0016/001631/163102S.pdf>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2012b). *Indicadores de qualidade nas emissoras públicas: uma avaiiação contemporânea*, Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002166/216616s.pdf>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2012). *Gender-Sensitive Indicators for media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and content*. Paris: UNESCO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2013). *Indicadores de la Seguridad de los Periodistas a Nivel Nacional*. UNESCO: Paris. Recuperado de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/Indicadores_de_la_Seguridad_de_los_Periodistas_Nacional.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2014). *37 C/5. Volume I. Draft Resolutions*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002200/220074e.pdf>.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2014). *Perfil de estratos sociales en América Latina: pobres, vulnerables y clases medias*. Nueva York: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de http://www.ar.undp.org/content/dam/argentina/Publications/UNDP%20Globales/UNDP-RBLAC-Grupos_sociales_AL-2014.pdf.

Agradecimientos

Agradezco a todos los miembros del equipo de aplicación de los IDM en Uruguay su disponibilidad para llevar a cabo esta investigación. En especial, al profesor de la Universidad de la República del Uruguay Gabriel Kaplún.

Biografía

Ruth de Frutos es doctora en Periodismo por la Universidad de Málaga y miembro del proyecto del Plan Nacional I+D+i “El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos (MapCom)”. Durante los últimos años, ha participado en congresos exponiendo sus aportaciones en la investigación de los indicadores

mediáticos en general y de género para medios de comunicación, alfabetización mediática, libertad de expresión, observatorios de comunicación en América Latina e indicadores de transparencia, en particular. Licenciada en Periodismo por la Universidad de Valladolid, donde simultaneó dichos estudios con los de Derecho, ha trabajado en la Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad de Málaga (2009-2010) y en el Centro UNESCO de Turín (2010-2011). Anteriormente había colaborado a través de contratos y becas con diversas empresas de comunicación o medios, como *El Norte de Castilla*, *Nuevo Cuño* o *la Agencia EFE*. Su interés por los derechos humanos la llevaron a colaborar en la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos en Buenos Aires (Argentina) dentro del programa Prácticas Académicas en Proyectos de Cooperación, de la Universidad de Valladolid (PACID) y a desempeñar distintos cargos como activista de Amnistía Internacional en Valladolid, Granada y Málaga. Actualmente compagina sus funciones como investigadora en la Universidad de Málaga con las de miembro del Observatorio de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Universidad de Valladolid y las de responsable del grupo de Comunicación, redes sociales y libertad de expresión de Amnistía Internacional en Málaga. Correo electrónico: ruth.defrutos@uma.es.

El peso [in]soportable del tener que ser. Presiones posmodernas e hitos biográficos como fuentes de comunicación y pozos de incomunicación

The [un]bearable burden of having to be. Postmodern pressures and biographic milestones as sources of communication and wells of lack of communication

Edurne Jabat, Departamentos de Sociología (Universidad Pública de Navarra)
 Rubén Lasheras Departamentos de Trabajo Social (Universidad Pública de Navarra)
 Ignacio Sánchez de la Yncera, Departamento de Sociología (Universidad Pública de Navarra)

Resumen

“El mundo me debe una vida”

El grupo Cambios Sociales, que trabaja sobre las identidades emergentes, ha encontrado realmente en el foco central de este congreso un desafío que concierne en directo al núcleo de su programa de investigación: juntar las cuestiones de la [in]comunicación y la escurridiza cuestión del cambio social.

Partimos de la relevancia, extraordinaria, de la génesis de los valores –las transformaciones súbitas en la experiencia colectiva y personal que las reorientan– cuando se entiende como el mecanismo esencial del cambio social. Y todos los dilemas que plantea su estatuto de reconocimiento: si encuentran sitio y atención. Lo que acontece en la “cosa pública” puede y debe abreviar en esos recónditos intersticios. “Lo privado es público” cobra, así, sentido [incendiario].

Nuestra aventura se adentra en esos espacios liminares y quiere ir más allá. Incide en las formas de comprender y representar a las personas como seres sociales: un problema de primer orden, capital para las ciencias sociales y el saber común, si somos, en realidad, capaces de vernos como tales seres sociales.

Nuestro objetivo es, en suma, hacer que, al abordar el foco mismo de la convocatoria del congreso, asomen cuestiones comunicativas de primer orden y en pleno cambio. Lo abordamos aquí, en este primer pronunciamiento, midiéndonos con la cuestión del peso [in]soportable del tener que ser. Apoyándonos en los avances más convincentes de la teoría social actual, la propuesta repara específicamente tanto en las situaciones típicas de experiencias emergentes, como en la necesidad de replantear cabalmente –en su concepción básica– la comprensión de las situaciones sociales y del desempeño de roles en una clave estricta de apertura, la cual hace mucho más exigente y reveladora la necesidad de explicar la continua reaparición de los condicionamientos, los silenciamientos, y las incomprensiones.

El resultado es una matriz de cambios conceptuales muy reveladores y susceptibles de aplicación radial en análisis empíricos sobre realidades emergentes invisibilizadas.

Palabras clave

Presión social; identidad; emergencia; cambio social; invisibilidad; ciudadanía.

Abstract

The Social Changes group, working on emerging identities, has really found the central focus of this conference a challenge concerning to the core of its research program: to jointly consider communication –or the lack of it– and the elusive matter of social change.

We start from the central relevance of the genesis of values –those sudden transformations of collective and personal experience that may reorient it– when it is defined as an essential mechanism of social change. Nevertheless, it must be examined together with dilemmas arisen from its recognition: if those changes really find place and attention. What happens in the “public” can and should tap into these hidden interstices. “The private is public” makes [quite defiant] sense.

Our adventure goes into these liminal spaces and it wants to go further. It affects the ways to understand and represent people as social beings: one major issue, capital for social sciences and common knowledge. This is, if we are actually able to see ourselves as such social beings.

Our goal is, in short, to have main and ongoing communication issues revealed, as we address the focus of the conference call. Moreover, we deal with it here, in this first statement, by measuring ourselves with the question of the [un]bearable burden of having to be.

Thus, based on the most convincing advances of the current social theory, the article specifically notices both the typical situations of emerging experiences and the need to rethink the accurate understanding of social situations and role playing as essentially open courses. Consequently, the need to explain continued the resurgence of conditioning, silencing and misunderstandings is much more challenging and revealing.

The result is a matrix of very revealing conceptual changes that allows radial applications in empirical analysis on emerging invisible realities.

Keywords

Social pressure, identity, emergence, social change, invisibility, citizenship.

Preámbulo. Cambios (palpitantes) en la priorización de lo público y lo privado: los desafíos de la comunicación pública

La ciudadanía está revuelta en el espacio público, un ámbito sin credibilidades que –en nuestro contexto– no se entiende sin el “Estado del Bienestar”: el referente de las orientaciones que han apuntalado la “seguridad” básica de lo social. En rigor, no procedemos de él, pero no hay duda: nos veníamos conformando hacia tal Estado. Las propuestas sociales de alcance colectivo se convirtieron en la legitimidad básica del Estado democrático de derecho y en su referente: han configurado nuestros estiramientos y proyecciones, colectivos y personales y, de rebote, nuestras identidades en ciernes.

Con todo, la clave del Estado del Bienestar fue la llamada “ciudadanía laboral” (Alonso 1999, 2000, 2003; Alonso y Fernández, 2013). Una época singular –sobre la que la sociología histórica tiene todavía (mucho) que enseñarnos– que ofrece contrastes muy abruptos sobre el valor/trabajo. Durante siglos fue un estigma: una secuela del pecado (original), o el signo de nuestra atrapada “pertenencia a lo elemental, a lo productivo y a lo reproductivo del mundo”, con “la exclusión de aquellos que en él debían encontrar su modo de vida” (Moscoso, 2003: 16). A partir del Renacimiento, el

trabajo conquistó una posición central (Marín, 1997), “medida de todas las cosas” (Moscoso, 2003) a que se ligó la ciudadanía con su fardo de derechos (y deberes). La representación del trabajo devino así en un pivote del orden social: en su elemento constitutivo. El trabajo empleado se hizo eje para articular las identidades, la distribución de roles y la adscripción de estatus. En suma: en la clave del reconocimiento y de la aceptación social (Honneth, 1997, 2010; Habermas, 1999). También el “individualismo institucionalizado” (Alexander, 1985; Parsons, 1962, 1968) –con todo su prestigio axiológico– se apoyaba en la situación laboral y el derecho al trabajo. Hablaremos aquí de “laborismo” para señalar lo que (siempre) ha tenido de engeguecedora esa centralidad: centrífuga, marginadora y excluyente de los sin empleo.

Cuando el trabajo parecía vertebrar la inclusión¹ y la organización de lo social, empieza a cuestionarse su protagonismo (Moscoso, 2003). En las últimas décadas se dan posicionamientos que indican una pérdida (paulatina) de protagonismo, e incluso de una “crisis del trabajo” en la articulación de las identidades y del reconocimiento social (Alonso, 1999, 2003). Los motivos de tal pérdida son diversos² y se agravan con la crisis económicosocial, que acentúa la *vulnerabilidad de masa*, característica, según Castel (1997), de las sociedades postindustriales: un cuerpo social [cada vez más amplio] sobre el que se ciernen –como una realidad probable y cercana– la vulnerabilidad y sus riesgos.

Preguntamos: *¿Por qué en los espacios de la opinión pública no irrumpen algunos fenómenos [e incluso cambios de fondo] que se están sufriendo generalizadamente en lo privado o particular, y que tienen que ver con estructuraciones –de fondo– en la configuración de nuestras sociedades? ¿Por qué permanecen invisibilizados?* (Honneth, 2010, 2011; Herzog, 2011).

¹ Que nosotros calificaríamos “sui generis”: han sido crónicas históricamente la privación de empleo y las situaciones bastardas de trabajo de exclusión.

² Hace unos años Moscoso sintetizaba los factores que hacían pensar en la pérdida de la condición axial del trabajo: “Porque es cada vez más escaso, porque las sociedades occidentales avanzadas se han vuelto altamente productivas y necesitan cada vez menos trabajo humano, porque podemos vivir igual que hasta ahora trabajando menos, porque todo ello permite desalojar al trabajo del centro de nuestras vidas, porque aflora una nueva cultura del ocio, o del trabajo temporal y voluntario, o del terciario avanzado, de la movilidad y la polivalencia, o una sociedad en la que la mayoría de sus miembros tiene sus necesidades básicas cubiertas o, en fin, porque se nos viene encima una compleja sociedad de la información que requiere ‘emplear’ cantidades cada vez menores de «trabajadores» tal y como hasta hoy los hemos conocido” (Moscoso, 2003: 16)

1. “No existe la sociedad, solamente los individuos y sus familias”

Tal vez haya en estas (famosas) palabras de Margaret Thatcher (1987) alguna respuesta a ese proceso de invisibilización: simbolizaron la naturalización del mercado como distribuidor, combinada con una exaltación de la libertad (la de tomar decisiones racionales) que deja sobre las personas la responsabilidad de solucionar sus problemas, minimizando la del Estado (Arnal et al., 2013). Tales discursos impactaron a la acción ciudadana ante los problemas sociales y las políticas públicas, con secuelas: los problemas sociales se hacían “asuntos personales”.

Y los modos de esa mudanza de lo social en personal: universalización de la culpa que endosa la génesis y el desarrollo de la crisis al conjunto de la ciudadanía (Zurdo y López, 2013). El resultado: la idea del compromiso individual –o la de su ausencia– aparece en la base de las explicaciones del endeudamiento, del alivio de la pobreza o de la capacidad de conseguir un empleo (Arnal et al., 2013).

Reacentuado lo privado-individual, con movimientos –buscados– de fondo, que trataban de devolver al primer plano no tanto los derechos como la responsabilización individual, se hace necesaria la revisión del estado general de la “cuestión social” pública (la cuestión del Estado social).

En plena zozobra del Estado de Bienestar, al reivindicar (legítimamente) la democracia social y su Estado, una pertinaz actitud nostálgica se vuelve hacia un mitificado Estado “laborista”. Precisamente cuando todos los escrutinios (serios) de la realidad exigen cautela con cualquier organización de la vida democrática que se refiera a un Estado social desde el eje axial del trabajo: como si alguna vez hubiese sido posible una (auténtica) solidaridad social integradora en clave de empleo, sobre todo ahora, cuando es completamente inverosímil, incluso en su versión onírica.

El despedazamiento de la seguridad del EB y la inadecuación (creciente) de las representaciones de la ciudadanía en clave laboral ofrecen un terreno propicio para otras formas de representación de la actividad social que permitan poner a la luz relevantes actividades postergadas, o incluso desdeñadas³, de fuerte carga identitaria.

³ “Para el caso particular de las mujeres jóvenes –funcionando como identidad minoritaria y minusvalorada en el conjunto de derechos de inclusión y obligaciones de contribución que conforma la ciudadanía social y laboral de corte ‘wellfarista’–, una red de prejuicios, preconstrucciones y representaciones sociales invisibilizaba, temporalizaba y subordinaba la participación de este grupo en la formación de la propiedad social que origina los derechos de redistribución” (Alonso, 2003: 132).

Por otra parte, en sentido contrario al desentendimiento individualista –que lo confía todo a lo particular–comparece la promoción de la persona –de su dignidad–, que se había ido produciendo en paralelo al desarrollo del Estado democrático (¿y social?): el sentido (europeo) de la articulación colectiva enlazaba con el amparo de lo personal (en plural). No se puede perder esa pista: correspondencia (mutua) entre la afirmación de las colectividades y la promoción de las vidas personales, al amparo de sus derechos (crecientemente) reconocidos como inherentes a su dignidad (Joas, 2012bis; Wagner, 1997, 2001). De hecho, habíamos aprendido a vivir en un régimen de aseguramiento (“*seguridad social*”) para las vidas personales de responsabilidad colectiva. Hoy, en cambio, estamos en una coyuntura donde la (buena) organización de lo social va en dirección contraria: el individuo particular es “responsable” de asegurarse la vida, con el sudor de su esfuerzo privativo. Como si eso fuera fácil –a pesar de todos.

Lo personal –ámbito de bienestar y conflicto– se resiste al tratamiento colectivo que le corresponde, atravesado por condicionamientos estructurales –inseparable de ese interior único de los vínculos relacionales de su socialidad (Winnicott, 1972)– sus tensiones y ambivalencias se tratan como solo subjetivas, reduciéndolas al coto individual: cosa de cada uno.

Fuera del sonsonete de calderilla –“somos seres o animales sociales”– la representación (viva) de los individuos como seres sociales (siempre) cuesta. Es un obstáculo –grave– de las ciencias sociales y del saber común: ¿nos vemos (en realidad) como seres sociales?; ¿nos abrimos (en realidad) a “lo más su-yo” de los demás?; ¿dejamos sitio a lo (siempre) naciente en lo que les –nos– pasa, lo más nuestro, lo que nos cambia –en nuestra índole más íntima– en los momentos cruciales?

2. Responsabilizaciones no-iguales e invisibilización: localizando luces en los agujeros negros

Otra hipótesis es la no-igual capacidad para interiorizar aquella responsabilización mencionada: la diversidad al asumir esas responsabilidades que nos endosan [a las personas] al desmantelarse el bienestar.

En la base empírica de nuestros trabajos se ve que esa autorresponsabilización presionante es (mucho) más fácil de naturalizar –o más llevadera– en los enclaves (mejor) dotados de instalación social –y de autonomía y autorrealización expresiva–.

No negamos que la vida social esté (crucialmente) sacudida por “instantes cero” de asunciones de responsabilidad que lo cambian (todo) en la vida personal y en sus enclaves y que—cuando se entienden—son el corazón de los cambios sociales (Joas, 2000)⁴. Y otro asunto (distinto) es que esas responsabilizaciones (reales), las que las personas, en singular o en plural, asumen al encarar lo que irrumpe en sus días y horas — en sus momentos cruciales— tengan algo que ver —más bien poco— con esos fardos de (in)soportable tener que ser que se les habían endosado intencionadamente, errequeerre, durante sus latosas “socializaciones”.

Por eso: este trabajo quiere enfatizar —por su fuerte carga dilemática— el problema de la invisibilización (Honneth, 1997, 2010 y 2011) de tareas (trabajos) muy reales que son sofocadas por la sacralizada referencia al empleo. Citaremos(algunos) ejemplos de experiencias cruciales (vivencias de encrucijada) para convertirlas en símbolos de [no]lugares de [in]visible socialidad que [no] encuentran adecuadas coberturas interpretativas (Joas, 2002 y 2013)⁵.

Se trata de esos hitos de la vida ciudadana como experiencias totalizantes que pugnan con el curso de la vida, y que—sobre todo—entran en batalla con otras formas, también pugnaces, de experiencias propias y de interpretaciones contextuales, frente a las que tienen que hacerse sitio (Joas, 2000bis). [No] encuentran acomodo en las fórmulas de activación personal que se nos ofrecieron —tercamente— en nuestros procesos de aprendizaje: [no] nos han servido y [no] encuentran encaje en la propia circunstancia social donde nos suceden. La aparición del amor, una desgracia próxima, una enfermedad, la maternidad en el denso contexto laboral: experiencias cruciales, que nos golpean o envuelven —los irresistibles “presentes nativos” de Sánchez Ferlosio— que podrían convertirse —cualquiera de ellas— en fuentes de sentido (luminoso, tenebroso) y abocarnos a una reorientación de la existencia. [No] encuentran sitio en los acentos atencionales, vivenciales e interpretativos de los círculos de convivencia que habrían de acogerlos, aun cuando los vivimos como experiencias segregadas, para bien o para mal: esas que desmiente la sugestiva (y sociológica) idea de Winnicott (1972:143) de que, en realidad, entre los seres humanos “no hay separación, sino sólo la amenaza de ella”. La

⁴ Aunque, en nuestro enfoque, la dimensión creativa de la acción colectiva se refuerza con los replanteamientos sobre la personalización y la socialización, que explicitaremos en nuevos trabajos.

⁵ La expresión “cobertura interpretativa” la tomamos por libre de las estupendas invitaciones de Fernando García Selgas a pensar en los “envoltorios” con los que en los flujos de socialidad cubrimos y presentamos nuestras apuestas prácticas. Vid. sus trabajos sobre la fluidez social. García Selgas (2002, 2007).

falta de sitio para tales “tiempos cero” de vivencia pura (pura luz, dolor negro, tinieblas) canta sola en las rentables sollicitaciones mediáticas de la atención general.

Una historia viva de la tesis de Edurne Jabat, ofrece un ejemplo de esa falta de acomodo de las experiencias cruciales en las interpretaciones contextuales (Jabat 2007). En este caso, la soltería, para una mujer que vivió su primera socialización en el franquismo, tiene algo de [no]-lugar: a la vez problema y oportunidad. Está vinculada a la (temprana) muerte de su madre y a su asunción inmediata de la responsabilidad de criar a sus hermanos, junto al padre: oportunidad, porque el empleo resultó ser en su vida, con claridad, una vía de socializaciones diversas y capacitadoras, clave para que, con el tiempo, pudiera articular su relato autobiográfico sobre el eje de la independencia:

“El no casarse estaba mal visto. Sobre todo, mi generación. Por eso parecía que fracasabas. A mí lo que me da confianza en mí misma para muchas cosas, para muchas, es mi independencia. El que yo pueda sobrevivir por mí misma, eso es para mí la mayor satisfacción. Muchas no han vivido lo que yo he vivido. He vivido cosas bonitas. Y amargas, pero que hoy ya no lo veo tan amargo. Ha podido ser, pues, mi adolescencia, el no tener madre, cuidar a mis hermanos pequeños... Falta de afecto y sufrir por la familia. Pero bueno, eso es..., es la condición que te da [...] Con veintinueve me fui dos años a vivir a Barcelona, pero volví. Pues..., porque echaba en falta a mi familia, porque, claro, ya cuando llevas dos años fuera de casa... Además dije, bueno, como el papá estaba ya malo, y mis hermanas me decían que volvería, que volvería, dije: Los bueno pues, me voy allá [...] Y entonces..., pues vine. Pero luego fue un choque tremendo. [...] Bueno, ¿que me habría gustado estar en pareja? Pues sí, lo que pasa... que, conforme van pasando los años, no echas tanto en falta. Echas la compañía, la compañía. Pero en la maternidad nunca he pensado. No es una cosa que..., y puedo decir que cuando ahora los sobrinos, las sobrinas tienen hijos o cuando han tenido mis hermanas, me parecía durísimo. Y pensaba que nunca yo lo podría hacer. O a lo mejor es porque he vivido con hermanos pequeños, y me los han metido mucho, y me da la sensación de que los he tenido. Y como tampoco he vivido una relación de pareja... eh..., en ese sentido, pues no he añorado” Mujer, 63 años (Jabat, 2007).

Es la singularidad de las vivencias que pueblan la socialidad: en el registro más íntimo y vivo de los despliegues de las vidas personales: vidas que se entrecruzan y se impactan (o se ignoran) en una interminable cadena de efectos impredecibles e inconmensurables: todas en busca de sentido: de ese sentido que nos sobreviene cuando llega lo inesperado y anida en nosotros.

Saint-Exupéry nos brinda una buena imagen del enamoramiento como vivencia (total):

“El sueño de una joven la aísla de mí. [...] ¿Cómo adivinar lo que ocurre en el interior de esa muchacha que vuelve a casa, con la vista baja y sonriendo sola, colmada por fin de fantasías y de mentiras adorables? Con los pensamientos, con la voz, con el silencio de un amante ha logrado formarse un reino y desde ahora, fuera de él, sólo hay salvajes. Me doy cuenta de que, más que en otro planeta, está ella encerrada en su secreto, con sus hábitos, con los ecos musicales de la memoria. Nacida ayer, de los volcanes, de la hierba o de la salmuera del mar, ya es medio diosa” (Saint-Exupéry 2000: 69).

Hay que redescubrir nuestros escenarios de convivencia desde esa perspectiva de actores sorprendidos: una enfermedad, el duelo, un abandono... lo cambia todo (Lasheras, 2006, 2014; Jabat, 2007). Es importante que nos preguntemos cómo hacemos hueco –si lo hacemos– a los “tiempos cero” de la vida (personal o colectiva): si se amparan o son puestos en la cuarentena del silencio.

Pensemos en la maternidad poniendo “vueltalairé” todo el escenario sobre el que venía tratando la demanda de conciliación en “el bienestar avanzado” (trabajo productivo, formación y recreo bien cargados de tensiones). Una –quizá inmensa– mayor parte de las historias de la ciudadanía reciente ha vivido su juventud proyectándola a escenarios de actividad y a imaginarios deseables que apartaban en seco la maternidad, como la muerte. El contexto da aquí el tipo ideal opuesto al que asedió la soltería de nuestra protagonista “independiente”, consagrada a cuidar al padre viudo y a sus hermanos. Allá irrumpió la soltería personal, ahora lo hace la maternidad.

Vamos a destacarla: como ejemplo de la serie de cuidados que nos piden, con hambre insaciable, las tareas reproductivas. No son tareas existentes: son “existenciales” –necesarias, constantes, indispensables– incorporan vivencias susceptibles de una máxima relevancia identitaria.

No dejan de reivindicarse: activan fuerzas de la vida social (personal y colectiva) de primer orden: y son apreciadas: pero se las da por supuestas, invisibilizándolas, y se plantean problemas de [in]comunicación: como (con frecuencia) ocurre con lo “reproductivo”. Son acontecimientos contundentes, pero [no] informan los discursos vindicativos de la ciudadanía y el cambio social (como los de la igualdad, o los derechos sociales) que se conciben según el paradigma “laborista”.

Tal dificultad general para hacer sitio a las sacudidas “primordiales” de la experiencia (Sánchez Ferlosio, 1992) cabe remitirla a la presión de un mercado y de un contexto entero de socialidad –en especial de nuestro imaginario– desmedida y desbocadamente exigentes. Con todo nuestro postmaterialismo nos obligamos a una preparación y reinención constantes, como si hubiera una única fuente de legitimidad

social, el eficientismo, para el reconocimiento. Pero son requerimientos escasos de legitimidad: piden y piden sin dar señal alguna de haber orientado bien los disciplinamientos⁶.

Los habituales discursos de la socialización convierten sus aspectos presionantes en una realidad insoslayable y decisiva, incluso determinante. Nos interesa averiguar, y cuestionar, si ese constreñimiento es en realidad lo que determina la configuración de la identidad de los ciudadanos; si tal presión externa (los hechos sociales como cosas gravitando decisivamente sobre nuestras cabezas) es la clave efectiva de la socialización y de los cambios sociales.

3. Lo que cambia cuando cambiamos: ese hueco oscuro (invisible) de incomunicación

Por eso acudimos a las propuestas, hoy todavía poco extendidas, que, al encarar en lo emergente *la irrupción de lo valioso*, creen abordar *el mecanismo medular del cambio social*: aquello que nos ocurre, *lo que realmente cambia, cuando decimos que cambiamos*: cuando se producen, en los adentros, cambios cualitativos radicales en la vida social. Lo cual valdría en el cambiar personal tanto como en el colectivo; en sus resortes más íntimos (Joas, 2000,2000bis, 2002bis; Sánchez de la Yncera, 2005).

Esa clave afecta en directo a la cuestión de la asunción de roles y las situaciones concretas, pues las posiciones nunca distribuyen y determinan totalmente los roles y su desempeño, de manera que, en realidad, no es posible concebir una acción conjunta predeterminable y cerrada o cerrable. Cada una es una situación nueva, y es abierta siempre. Se dan, además, matices y posibles grados y formas diversas de medirse con las interpretaciones, con las expectativas que lo ritual de la situación evoca desde lo antiguo o puede ser que al convocar alguna poderosa idea mítica sobre el origen de tales situaciones (Strauss, 1997). El caso es que siempre hay diversas formas de interactuar, pudiendo generarse mayor o menor nivel de reflexividad individual y conjunta, así como mayor o menor distancia respecto de los roles, identificaciones, imitaciones, adaptaciones, asunciones. Tampoco son controlables los impactos, ni son fijos ni previsibles los ángulos de interpretación del contexto que van elaborando los actores en

⁶ Se dibuja la cuestión capital de las competencias y las capacidades para la vida social. De maneras distintas, pero que convergen en AmartyaSen, la abordan José María Nyssen, en la UAM, dirigido por Luis Enrique Alonso, y Guillermo Otano, que trabaja con nosotros en la UPNA y cuya tesis, pendiente de lectura, se titula “Desarrollo humano y cambio social. Una crítica constructiva del enfoque de las capacidades de AmartyaSen”.

la interacción (desde encastillamientos, a un penduleo oscilante de un punto de vista a otro, propio o de los demás, hasta puntos de vista generales y relativamente comunes a todos). (Joas 2002bis). Pero nuestro asunto va más allá. Aunque nos interesa mucho esa insistencia en la contingencia y en la mutabilidad, más nos interesa ir de lleno asunto de *la efectiva activación del cambiar*, no sea que parezca que encallamos en la microsociología⁷.

Joas lo presentó en el arranque de su gran libro sobre “El origen de los valores” (Joas, 2000), como nítido resultado de la deliberación polémica que lo vertebra: *los (nuevos) vínculos de valor se adquieren*, además de en las cruciales vivencias formativas, *en aquellas experiencias-encrucijada en las que sentimos que se nos cambia la vida*⁸. Los fenómenos vivos de experiencia en los que hemos fijado nuestra atención investigadora, son todos ejemplos para esa relevante cuestión teórica.

Una explicación del operar de la memoria, para acertar la médula de esos fenómenos emergentes: “No tengo memoria: propiamente sólo recuerdo lo que me interesa en tanto que se vuelve vivo para mí [...]. Y es esto, lo vivo, lo que entra entonces, precisamente porque está vivo, en los circuitos y en las estancias neuronales”, y cuando lo hace, se queda allí a vivir [...] Ya ves: no consiste en retener –date cuenta de que la sola palabra retener provoca nuestro temor a la fuga de lo retenido y, a su vez, su intento continuo de fuga [...] La memoria no retiene nada: *el asunto se basa en dar más vida a lo que quieres* y en querer más lo que está vivo: no es memoria, sino un vivero”⁹.

Aunque el fragmento ya nos relanza hacia nuestros vivires de referencia, el impulso gana: “hay otro aspecto importante: *la buena es la memoria intelectual*, que no

⁷ Desde ahí se detecta el alcance del soberbio trabajo de Joas sobre el concepto de rol (Joas 1998). Hace tiempo que insistimos en su pegada macrosociológica. La idea de que el desempeño y la asunción de roles han de concebirse “en situación” (y no posicionalmente, como en Parsons y casi toda la sociología tras él) voltea el plexo conceptual básico de la disciplina, reclamando una ágil apertura atencional a las dinámicas estructurantes, tan súbitas a veces como lentas otras. El peso del “tener que ser” no se rebaja (se entiende de otro modo) cuando lo social no se reifica oponiéndolo a lo personal, y se abre a la pluralidad de lo personal vinculada en un ámbito único de manifestación (diversificado en subámbitos de actividad conjunta). Y no digamos nada si se advierte los “tiempos cero”, de los que Joas apenas tiene noticia.

⁸ Son las experiencias en las que uno se “autotrasciende”, dirá Joas (2000: 1 y 2000bis). En nuestra colaboración con Narciso de Alfonso las llamamos “tiempos cero”, siguiendo a Leonardo Polo: nos reveló la libertad de la inteligencia, que abandona los límites y se abre a futuros inéditos en dimensiones múltiples e impredecibles.

⁹ Narciso de Alfonso Arnau. Comunicación personal de 4 de mayo de 2014 (11:45). La cursiva es añadida. Aunque no podamos entrar esa explicación llevaba mucho “tiempo cero” dentro: de eso van. Vid. Mitchell (1993) y Spitz (1978), p. e., sin olvidar a Winnicott, para contactar con pistas sobre el estado del arte en la psiquiatría postfreudiana, aunque guardemos la convicción neta de que es De Alfonso quien está en la mejor vía de avance.

es la memoria del pasado, sino *la memoria sinóptica de lo actual*” (Narciso de Alfonso, comunicación personal).

La idea de la memoria sinóptica de lo actual clava el acento en el acontecer presente y su viveza. Es lo que buscamos: destacar la emergencia, en vivo, de algunos acontecimientos cruciales especiales. Lo son, porque aunque se dan con frecuencia traen consigo toda esa plenitud henchida de la vida que emerge: les caracteriza también *el estigma de la invisibilidad*: [no] ven reconocido su derecho a ocupar un sitio al sol de la notoriedad pública y sus relevancias. Y queremos provocar una alerta especial en su favor, contra lo que pueden tener de archisabidos: y de incomunicables.

Tal advertencia crece en su contraste con una forma de presión sociocultural, interesante y salvable a primera vista –o al menos lozana y seductora– contra la que nos ponemos en guardia: el mandato de buscarlo genuino en la forma de autenticidad que fortalecería el enlace *con lo que uno siempre habría sido*; con lo que cada uno sería en su propia efusividad espontánea: diferénciate; sé tú mismo distinguiéndote de los demás; no dejes (nunca) de ser quien eres buscando tu diferencia; retoma (constantemente) tu vida en tu camino singular.

Es un discurso –contemporáneo– triste, deprimente, falso, detestable, despreciable: por lo que tiene de *invitación a un cambio errequeerre*: que se cierra–conservador–a las discontinuidades y a la diversidad pluralísima: que [no] se lanza en brazos de nadie y que, además, desfuturiza el futuro: incapaz de tiempos cero. Un pavor a cualquier “metamorfosis” (Morin) que obligue a zafarse de lo viejo que veníamos siendo.

Entre la investigación social que nos merece (mayor) respeto, encontramos una consistente línea de indagación a este respecto en los trabajos de Javier Callejo y sus equipos: especialmente expresivos son los análisis recientes de las formas de vivencia personal del tiempo a través de grupos de discusión (Callejo, 2015, 2015bis). La categoría más intrigante la designan “mi propio tiempo”¹⁰. [No] nos demoraremos en el detalle de la investigación: pero: dicho sintagma caracterizaría un modo de

¹⁰ “El sintagma ‘Mi Tiempo’ –escribe Callejo– es un tiempo opuesto al tiempo obligatorio (y también al ocio) que sitúa en el centro al individuo. Éste articula el tiempo como propiedad frente a la presión de las disponibilidades para el empleo profesional o la familia. Es decir, ‘Mi Tiempo’ es vivido como un derecho originado del cumplimiento de las obligaciones asignadas (trabajo remunerado, estudios, cuidados, etc.). Es tiempo que hay que ganar a los demás pero también ganarse a sí mismo. Esta ganancia lo erige como valor, capital temporal individualizado, que despliega satisfacción por su condición escasa siendo ostentosamente consumido. En definitiva, ‘una manifestación del freudiano ideal del yo’ que las sociedades modernas estimulan” (Callejo 2015, pro manuscrito).

autoafirmación de la experiencia y de la identidad que se encastilla en una suspensión egotista de lo propio: como si él o ella –Mi Tiempo es especialmente relevante para mujeres hiperocupadas¹¹– estuvieran arrancados del mundo –o quisieran estarlo– o buscaran uno propio, de espaldas, alejándose incluso de sus ámbitos y relaciones más vinculantes.

Lo curioso e inquietante: la fórmula expresa un camino (insólito) de búsqueda de identidad que se fuga de nuestra insalvable condición social, de nuestro estar hechos de vínculos, de nuestro ser solidarios de raíz.

¿No será que, *ante el peso del tener que ser*, (muchos) acabamos confundiendo con un sucedáneo esos tiempos cero que, cualquier día a cualquier hora, pueden sobrevenir y llenárnoslo todo? Poco tienen que ver estas tontas *válvulas de escape*¹²– hacia una soledad crispada– que puede vaciarnos del todo– con los *momentos-fuente* (de sentido) que nos catapultan a nuevos horizontes (de crecimiento) al intimar con verdaderas otredades: se nos cuelan energías vivas –para impulsarnos desde dentro. Irrumpen: nos abren a un hacer: a un buscar mejores maneras de hacer: imparables: que hacen crecer y crecer.

¿Y no será todo ello una secuela de nuestra cesión, de nuestro colaboracionismo con aquellos fenómenos de endose social de la responsabilidad sobre los que reparábamos arriba? ¿No son concesiones a la galería las que pervierten esa capacidad nuestra de responder personalmente, que es la que de verdad lo cambia todo?

El trabajo de investigación sobre Mi Tiempo nos muestra una (muy) importante excepción en la vivencia del tiempo como propio: la demanda de Mi Tiempo sitúa al individuo frente al mundo –vigilante y presto a ganar y salvaguardar su propio tiempo frente a otros, deseosos de quitárselo– pero algunas mujeres madres hablan del tiempo que pasan con sus hijos como intrínsecamente valioso, de enriquecimiento para ellas al serlo también para otros. Una excepción discursiva porque se desmarca de la apropiación individual del tiempo contra otros –individualizante, egótica y ostentosa. Y más: es una de esas experiencias de personalización y de movimientos de cambio –

¹¹ “Ganar MT es un problema cuando: se vive en pareja, se tienen hijos –especialmente entre las mujeres– a partir de cierta edad (40 años) o en profesionales con proyectos de movilidad, ya que requieren ganar bastante tiempo para ellos mismos e invertirlo (en formación, principalmente). Es menos problema cuando se vive solo, se tiene un trabajo remunerado satisfactorio y, cuestión que habrá que analizar más adelante, cuando se desciende en la estructura social” (Callejo 2015, pro manuscrito). Desde una perspectiva de género, el MT de mujeres que conviven con pareja o hijos revela una especificidad, donde el malestar o el deseo de ese fantaseado MT puede provenir de asimetrías en el reparto de trabajos familiares y en el desigual valor de los empleos, implosionando en casa.

¹² Son refugios, escondites, atajos o la trampa enajenante de una salida en fuga antiestrés.

íntimo y social– que emergen (precisamente) en el abrirse a los otros, en el compromiso con los vínculos, y a las que debemos hueco y reconocimiento: esas formas de vivencia donde, al poner todo nuestro ser, inician una re-jerarquización de preferencias e identificaciones, y se vuelven motores habilitadores que iluminan en todos los ámbitos vitales.

No queremos mitificar –ni idealizar– ninguna experiencia: sería una reificación conservadora: más: como hemos apuntado, la fórmula thatcheriana “yo-y-mi-familia” puede consolidarse como un bastión individualizante y hobbesiano. Pero hay un problema (comunicativo) grave: estas formas de respuesta personalizada suelen ser aisladas con silencio, abocadas a coberturas interpretativas falseantes e insuficientes. Son hechos sociales (totales) que ejemplifican las sugerencias de (mayor) calado que hemos convocado (la disrupción axiológica, el desempeño de rol en situación, los tiempos cero) para la iluminación de estos fenómenos de (enorme) relevancia cambiante de nuestra vida solidaria: reclaman su sitio en la deliberación pública: en nuestros escuálidos sistemas de enseñanza y socialización: y, sobre todo, en las verbalizaciones y representaciones de nuestra vida (en común): el alma del discurso de las ciencias sociales. Hasta ahora, como dice Callejo (2015), “incluso los potenciales conflictos que podrían derivar de una lucha por Mi Tiempo parecen jugarse en los niveles micros de lo doméstico o hasta de la conciencia, como culpa, sin apenas conexión con procesos sociales más amplios”¹³.

Contrasta con las consideraciones de Sennett (2009) sobre el cuidado: resaltan esa inaudita capacidad que tenemos para extraer, como magos, luz –sentido– de nuestras actividades cuando las personalizamos –con toda el alma–. Al poner en lo que hacemos todo el peso de lo que somos, el horizonte de los fines se nos queda una y otra vez corto (Frankfurt, 2004, 2006, 2008): nuestro vivir a-todo-crecer podría, entonces, abrirnos nuevos panoramas (gigantescos). Pero Sennett sugiere algo similar respecto al plexo de los medios: la red de lo instrumental o servil: tiende a ser un bosque de vidas sombra, estranguladas–la intemperie alienada de nuestra vida muerta– pero somos capaces de transformar sus cosificaciones en luces.

Son tiempos para la creatividad de la acción conjunta (Joas, 2013; Sánchez de la Yncera, 2013). Esas fuentes del yo, en plural, que se descubren al cuidar a los nos-otros, reclaman que sus mudanzas–las más privadas–, sean (porque lo son) de máxima

¹³ Ver también Callejo (2015bis).

relevancia pública: cuidar de ellas es la vida pública. Es la luz de los “quienes” lo que se debe –debemos– hacer notar siempre: también en las representaciones del cambio social: consiste en las reconfiguraciones que se dan a partir de ellas.

Con el cambio no cabe ser conservador ni sabihondo: pide ojo avizor, el abandono de esquemas y verbalidades y una desnudez. Lo nuestro es saltar al futuro en presente: la presión de atrás es cosa muerta.

Bibliografía

- Alexander, J. (1985). The individualist dilemma in phenomenology and interactionism. En Eisenstadt, S. N. y Helle, H. J., *Macro-sociological theory: perspectives on sociological theory* (Volumen I) (pp. 25-57). Londres: Sage.
- Alonso, L. E. (1999). *Trabajo y ciudadanía. Estudios sobre la crisis de la sociedad salarial*. Madrid: Trotta.
- Alonso, L. E. (2000). *Trabajo y postmodernidad: el empleo débil*. Madrid: Fundamentos.
- Alonso, L. E. (2003). Ciudadanía, Reconocimiento y Distribución, Introducción en *Cuaderno de Relaciones Laborales*, Monográfico *Ciudadanía, reconocimiento y distribución*(pp. 5-12).
- Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2013). El individualismo contemporáneo y el espacio de lo social. En Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (eds), *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*(pp. 245-291). Madrid: Akal.
- Alonso, L. E. y Torres, L. (2003). Trabajo sin reconocimiento o la especial vulnerabilidad de las mujeres jóvenes en el mercado laboral. En *Ciudadanía, Reconocimiento y Distribución* (pp. 129-165).
- Arnal, M., Finkel, L. y Parra, P. (2013). Crisis, desempleo y pobreza: análisis de trayectorias de vida y estrategias en el mercado laboral. *Cuaderno de Relaciones Laborales*, 31 (2), 281-311.
- Callejo, J. (2015). El sentido de mi tiempo. En *Arbor* (2015). *Trabajado pro manuscrito*.
- Callejo, J. (2015bis). El tiempo libre entre el trabajo y los cuidados. En Carlos Prieto (coord.), *Trabajo, familia, tiempo libre y relaciones de género*, Madrid: Cinca (en prensa).
- Castel, R. (1997). *Las Metamorfosis de la Cuestión Social. Una crónica del salariado*. Buenos Aires: Paidós.
- Carrasco, C., Mayordomo, M., Domínguez M. y Alabart A. (2004). *Trabajo con mirada de mujer. Propuesta de una encuesta de población activa no androcéntrica*, Madrid: Consejo Económico y Social.
- Durán, M. A. (2012). *El trabajo no remunerado en la economía global*. Madrid: Fundación BBVA.
- Frankfurt, H. G. (2004). *Las razones del amor, El sentido de nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- Frankfurt, H. G. (2006). *La importancia de lo que nos preocupa*. Buenos Aires: Katz.
- Frankfurt, H. G. (2008). *Necesidad, volición y amor*. Buenos Aires: Katz.
- Fraser, N. (2001). Repensar el reconocimiento: superar el desplazamiento y la reificación en las políticas culturales. En Radl Philipp, R., *Cuestiones actuales de sociología del género*. Madrid: CIS.

- García Selgas, F. (2002). De la sociedad de la información a la fluidez social: emergencia de una nueva ontopolítica. En José María García Blanco y Pablo Navarro (comps.), *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*. Madrid: CIS.
- García Selgas, F. (2007). *Sobre la fluidez social. Elementos para una cartografía*. Madrid: CIS.
- Habermas, J. (1999). La lucha por el reconocimiento en el Estado democrático de derecho. En *La inclusión del otro. Estudios de teoría política* (pp. 189-227). Madrid: Paidós.
- Herzog, B. (2011). Exclusión Discursiva. Hacia un nuevo concepto de la exclusión social, *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), septiembre-diciembre, 607-626.
- Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Crítica [ed. or.: 1992].
- Honneth, A. (2007). *Reificación. Un estudio en la teoría del reconocimiento*. Buenos Aires: Katz.
- Honneth, A. (2010). *Reconocimiento y menosprecio. Sobre la fundamentación normativa de una teoría social*. Buenos Aires: Katz.
- Honneth, A. (2011). *La sociedad del desprecio*. Madrid: Trotta.
- Jabat, E. (2007). *La promesa de Afrodita. Un baile de las identidades en la experiencia del amor*. Tesis doctoral en Sociología dirigida por I. Sánchez de la Yncera, Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Joas, H. (1996). Macroscopic Action, Social Action, and the Genesis of Values. An essay on Amitai Etzioni's Contributions to Social Theory. En D. Sciuli (ed.), *Macro Socio-Economics: From Theory to Activism* (pp. 35-50). London/Armonk, N. Y.
- Joas, H. (1998). Las teorías de roles y de la interacción en el estudio de la socialización. En H. Joas, *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*(pp. 242-270). Madrid: CIS/Siglo XXI. Traducción y prólogo de I. Sánchez de la Yncera.
- Joas, H. (2000). *The Genesis of Values*. Cambridge: Polity Press [ed. or.: 1997].
- Joas, H. (2000bis). On articulation, *Constellations*, 9(4), 506-515.
- Joas, H. (2013). *La creatividad de la acción*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Clásicos Contemporáneos, traducción y presentación de I. Sánchez de la Yncera [ed. or. 1992].
- Joas, H. (2013bis). *The Sacredness of the Person. A new Genealogy of Human Rights*. George Town University Press.
- Lasheras Ruiz, R. (2006). *Lenguajes de cambio. Disrupción y encubrimiento en la generación y en la revelación de las realidades sociales*, Tesis doctoral en Sociología dirigida por I. Sánchez de la Yncera. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Lasheras Ruiz, R. (2014). Encubrimiento y disrupción: ficciones y revelación de realidades sociales, *Daimon: Revista de filosofía*, 109-122.
- Lizcano, E. (2009). Narraciones de la crisis: viejos fetiches con caras nuevas, *Archipiélago*, 83-84, 33-43
- Marín, H. (1997). *La invención de lo humano. La construcción sociohistórica del individuo*. Madrid: Iberoamericana.
- Mitchell, S. A. (1993). *Conceptos relacionales en el psicoanálisis: una integración*. Madrid: Siglo XXI.

- Moscoso, L. (2003). De trabajadores a ciudadanos y viceversa: la crisis del trabajo en la perspectiva de Dos fines de siglo, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 21(1), 13-32.
- Parsons, T. (1962). Individual Autonomy and Social Pressure: An Answer to Dennis Wrong, *Psychiatry*, 49,70-79.
- Parsons, T. (1968). *La estructura de la acción social*. Madrid: Guadarrama (ed. or. 1937).
- Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. Madrid/México: Siglo XXI. Traducción de Agustín Neira Calvo, (ed. o.: 1990).
- Saint-Exupéry, A. (2000). *Tierra de hombres*, Barcelona: Galaxia Gutenberg (ed. or. 1939).
- Sánchez de la Yncera, I. (2002). Identidad y reconocimiento. En VV. AA., *La sociedad: teoría e investigación empírica. Escritos en homenaje a José Jiménez Blanco*(pp. 1051-1063). Madrid: CIS/Academia.
- Sánchez de la Yncera, I. (2002bis). El mundo conecta, se agolpan las identidades. En J. M. García Blanco y P. Navarro, *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*(pp. 293-327). Madrid: CIS.
- Sánchez de la Yncera, I. (2005). La intimidad de lo social. Avistando el carácter global de la solidaridad. En A. Ariño, *Las encrucijadas de la diversidad cultural*(pp. 89-112). Madrid: CIS/Academia.
- Sánchez de la Yncera, I. (2008). Apostarse en presente (la estela de G. H. Mead). Identidad y autotrascendencia en los ámbitos de interacción, *Estudio Introductorio en G. H. Mead, La filosofía del presente* (pp. 14 a 160). Madrid: CIS/BOE. Edición y traducción a cargo de I. Sánchez de la Yncera.
- Sánchez de la Yncera, I. (2013). La creatividad de la acción situada: ¿un vuelco de la teoría general?, Presentación en Joas, Hans: *La creatividad de la acción*(pp. 11-55), Madrid: CIS Colección Clásicos Contemporáneos. Traducción y presentación de I. Sánchez de la Yncera.
- Sánchez Ferlosio, R. (1992). O Religión o Historia. En *Ensayos y artículos*, Barcelona: Destino.
- Sennett, R., (2009). *El Artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Spitz, R. A. (1978). *El primer año de la vida del niño*. Madrid: Aguilar.
- Strauss, A. L. (1977). *Espejos y máscaras. La búsqueda de la identidad*. Buenos Aires: Marymar.
- Wagner, P. (1997). *Sociología de la modernidad*. Barcelona: Herder, [trad. de la edición alemana: 1995; ed. or. inglesa: 1994].
- Wagner, P. (2001). *Theorizing Modernity. Inescapability and Atrainability in Social Theory*. London: Sage.
- Winnicott, D. W. (1972). *Realidad y juego*. Buenos Aires: Granica.
- Young, I. M. (2000). *La justicia y la política de la diferencia*. Madrid: Cátedra.
- Zurdo, A. y Serrano, A. (2013). Los ‘nuevos pobres’: representaciones colectivas sobre la crisis y la pobreza en las nuevas capas sociales vulnerabilizadas. Recuperado de <http://www3.uah.es/congresoreps2013/Paneles/panel7/sesion1/angel.zurdo@ccinf.ucm.es/TCAngelZurdoAraceliSerrano.pdf>

Agradecimientos

Este trabajo es fruto de un taller para la asignatura “Identidades emergentes y reconocimiento social” (del Máster Oficial en Dinámicas de cambio en las sociedades

avanzadas de la UPNA), de la que hemos sido responsables durante el último lustro. Las exigencias artesanas de la labor y la buena avenencia lo convirtieron en un seminario de discusión que se instituía como sin querer. Nuestro seminario, que no lo era al emerger, nos ha regalado intensas jornadas de trabajo inolvidables. Las arrancamos del deber multitarea, sin que ninguno sepa explicar cómo las arbitró en sus conciliaciones imposibles, pero nos reconciliaban con nosotros mismos, de pura intensidad, reforzando nuestros vínculos añejos. Se nos colaba, así, algo que trae la traza de compromiso irrenunciable. Es ese fuego que entrecruza y aquilata las personalizaciones de nuestra sinergia, y que, desde luego, ninguno puede explicar desde sí mismo, ni desde su propio yo siquiera: un nosotros que debería ser persona y decir: vine, ví y los convencí, haciéndolos míos. También nos enriquece nuestra participación en algunos proyectos como DER2013-47425-R “La guerra y sus justificaciones. Tendencias y problemas actuales”, que coordina como un maestro Roger Campione. Nuestro agradecimiento también para Narciso de Alfonso, y a nuestros amigos del Grupo de Investigación Cambios Sociales, que alguna vez enriquecieron ya las sesiones del seminario que empezaba a serlo, y a quienes han sido con nosotros estudiantes durante estos años.

Biografías

Ignacio Sánchez de la Yncera (Santander, 1959). Departamento de Sociología de la UPNA. Investiga los desafíos de comunicación y de disposición que plantea el irrumpir de lo nuevo –cada persona, sus cambios, las conjunciones personales, las mudanzas socioculturales. Vincula la institucionalización y la optimización de la convivencia con el crecimiento personal, en plural, de quienes conviven. Publica preferentemente en libros. Los hitos de su formación, sus transformaciones más nítidas e íntimas, son frutos de encuentros personales: muchos, con personas admirables, en sus libros a toda luz (apenas recuerda alguno entre cientos de artículos leídos y evaluados). Escribir y leer libros pueden ser actividades tan altas como el amor de amistad: lo más sublime y caro. Tradujo *Die Kreativität des Handelns* para el CIS (2013). Lo presentó con el estudio “La creatividad de la acción situada: ¿un vuelco de la teoría general? Anotaciones a la teoría de la acción colectiva de Hans Joas”. Pronto saldrá “Homo trágicus y homo creátor: un consorcio analizador. Para una sociología de lo agencial”, escrito con Marta Rodríguez Fouz, cuya tesis doctoral tuvo el privilegio de dirigir, como también las de Rubén Lasheras y Edurne Jabat: experiencias incomparables de colaboración: pura universidad in statu nascendi. Correo electrónico: isy@unavarra.es.

Rubén Lasheras Ruiz (Pamplona, 1978). Departamento de Trabajo Social de la UPNA. Viene estudiando detenidamente el problema de la vulnerabilidad y la exclusión social en los escenarios sociales contemporáneos, y lo hace con especial sensibilidad por lo emergente en clave de identidad y reconocimiento, como el caso de los problemas de pluralismo en la convivencia democrática de diversas comunidades de creyentes. Correo electrónico: ruben.lasheras@unavarra.es.

Edurne Jabat (Pamplona, 1980). Departamento de Sociología de la UPNA. Presta atención preferente en su investigación a la problemática de la socialización y la identidad de género, tomando en especial consideración la faceta de las identidades emergentes, el reconocimiento o la invisibilidad, así como la creatividad de la acción. Correo electrónico: edurne.jabat@unavarra.es.

Comunicación aplicada y metodología de la investigación

Applied communication and research methodology

Olga Rodríguez Cruz, Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Juan Arellano Alonso, Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Resumen

Se presenta una reflexión teórico-metodológica de la importancia de la Comunicación Aplicada (C.A.) como un área disciplinaria de las Ciencias Sociales que contribuye a la intervención, acompañamiento y resolución de problemas sociales por medio de la participación colectiva.

A través de la descripción de los antecedentes históricos de la C.A. en los 10 últimos años 2005-2015 en el Distrito Federal, Ciudad de México, se pretende ubicar como objeto de estudio los programas en comunicación que estén vinculados a necesidades de una localidad en las universidades públicas y privadas.

Esta investigación pretende mostrar datos empíricos de la revisión de los planes de estudio en los que estén presentes conceptos: diagnóstico, intervención participativa, desarrollo, bienestar social, actores involucrados, estrategia, construcción de posibles escenarios. Asimismo, recoge la observación del tipo de estrategias metodológicas propuestas en los programas de estudio para implementar planes de comunicación como resultado de la detección de problemas sociales.

Este trabajo está dividido en cuatro segmentos: un breve recorrido histórico, enfoques comunicativos en los planes de comunicación para el desarrollo, metodologías a emplear en los diagnósticos y la resolución de problemas.

Palabras clave

Comunicación aplicada; diagnóstico participativo; estrategia; intervención participativa.

Abstract

This paper presents a theoretical-methodological reflection of the importance of Applied Communication (CA) as a disciplinary area of social sciences contributing to the intervention, support and resolution of social problems through collective participation.

Through the description of the historical background of the CA in the last 10 years from 2005 to 2015 in Mexico City, Mexico City, the aim is to define as an object of study the syllabi in public and private universities that are linked to communication needs of a locality.

This research aims to show evidence of the revision of the curriculum in which these concepts are: diagnosis, participatory intervention, development, social welfare, actors, strategy, building scenarios. It also approaches the observation of the methodological strategies proposed in the curriculum to implement communication plans as a result of the detection of social problems.

This work is divided into four segments: a brief historical overview, communicative approaches in the communication plans for development, methodologies to be used in diagnostics and problem solving.

Keywords

Applied Communication; participatory assessment; strategy; participatory intervention.

Biografías

Olga Rodríguez Cruz. Dra. Ciencias Sociales, Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Academia de Comunicación y Cultura, eje de conocimiento Comunicación Aplicada. Correo electrónico: olga.rodriguez@uacm.edu.mx.

Juan Arellano Alonso. C. Dr. Pedagogía UNAM, Profesor-investigador de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Academia de Comunicación y Cultura, eje de conocimiento Comunicación Aplicada. Correo electrónico: juan.arellano@uacm.edu.mx.

The Spirals of Peace and the representations of the “other” after September 11th. Transforming the Cultivation of fear and the Spiral of Silence towards educommunicative spirals of peace for solidarity and intercultural dialogue

Las Espirales de Paz y la Representación del “otro” tras el 11S. Transformando el Cultivo de miedo y las Espirales de Silencio en Espirales educomunicativas de Paz para la Solidaridad y el Entendimiento Intercultural

José Ignacio Martín Galán, IUDESP-Universitat Jaume I

Abstract

In a post-September 11th context marked by the war against terrorism in a globalized world, media representations play a key role in constructing the perceptions of cultural and religious differences, migration and the idea of “the other”. However, the media can also open bridges for intercultural dialogue, understanding and conflict transformation. This paper starts by examining the effects of media representations on the perceptions of a group of 32 teenagers relating to immigrants, different cultures and religions, intercultural coexistence, war, security and peace. Under this framework, the first analysis gives special attention to the impact of the mechanisms of Cultivation (defined by Gerbner) and the Spiral of Silence (defined by Noelle-Neumann). This first assessment is based on surveys, personal interviews and ethnographic field work in a Spanish high school. The results indicate that media representations and the mechanisms of Cultivation and the Spiral of Silence have an influence on the students’ perceptions and reactions about the world. This generates cultural violence, fear of “the other”, racism, islamophobia, misconceptions and even a predisposition to legitimize violence in the name of security. These elements, connected with Gerbner’s concept of the “Mean World Syndrome”, also have an influence on the daily coexistence of the local and the immigrant students. Subsequently, the paper presents the application and the results of an empowerment program conducted for 6 months with the same students and based on four pillars: media literacy, peace and human rights learning, non-violence for social change and intercultural coexistence.

This interdisciplinary proposal is presented under the name of “The Spirals of Peace”. The program was implemented by 11 facilitators from different countries and cultural backgrounds. It offered spaces for human interaction and dialogue, as well as tools to promote the analytical and critical skills of the students. After six months, the participatory observation and the qualitative analysis of a second phase of interviews demonstrate the reversibility of the negative effects of media representations concerning “the other”, the Cultivation and the Spiral of Silence. The research also concludes that, through this kind of empowerment initiatives, the effects of negative media representations can be transformed into the Cultivation of edu-communicative Spirals of Peace and Intercultural understanding. Taking into account the impossibility of controlling all media messages and stories, the empowerment of citizens appears to be a powerful tool to harness the positive potential of media in order to mobilize societies and bridge cultural differences in contexts of migration, reconciliation and conflict transformation.

Keywords

Media representations; cultivation; spiral of silence; spirals of peace; media literacy.

Resumen

En un contexto post-11S marcado por la Guerra contra el terrorismo en un mundo globalizado, las representaciones mediáticas juegan un papel clave en la construcción de percepciones sobre diferencias religiosas y culturales, la migración y la idea del “otro”. Sin embargo, los medios de comunicación también pueden tender puentes de diálogo intercultural, entendimiento y transformación de conflictos. Esta comunicación comienza examinando los efectos de las representaciones mediáticas en las percepciones de un grupo de 32 adolescentes sobre las personas inmigrantes, diferentes culturas y religiones, la convivencia intercultural, la guerra, la seguridad y la paz. Bajo este marco, el primer análisis presta especial atención al impacto de los mecanismos del Cultivo (definido por Gerbner) y la Espiral de Silencio (definida por Nöelle-Neumann). Esta primera evaluación se basa en encuestas, entrevistas personales e investigación etnográfica de campo en un instituto de secundaria en España. Los resultados indican que las representaciones mediáticas y los mecanismos del Cultivo y la Espiral del Silencio tienen una influencia en las percepciones de los estudiantes y sus reacciones ante el mundo, generando violencia cultural, miedo del “otro”, racismo, islamofobia, prejuicios e incluso una predisposición a legitimar la violencia en nombre de la seguridad. Estos elementos conectan con el “Síndrome del Mundo Malvado” acuñado por Gerbner, lo cual también mostró influencia en la convivencia diaria de los estudiantes locales y los inmigrantes. Posteriormente, esta comunicación presenta la aplicación práctica y los resultados del programa de empoderamiento conducido durante 6 meses con los mismos estudiantes y basado en cuatro pilares competenciales: alfabetización mediática, pedagogía para la paz y los derechos humanos, no-violencia para cambio social y convivencia intercultural.

Esta propuesta interdisciplinar se presentó bajo el nombre de Espirales de Paz. El programa fue implementado por 11 facilitadores de diferentes países y diferentes perfiles culturales. Ofreció espacios para la interacción humana y el diálogo, así como herramientas para promover las habilidades analíticas y críticas de los estudiantes. Tras 6 meses de programa, la observación participativa y el análisis cualitativo de una segunda fase de entrevistas demostraron la reversibilidad de los negativos efectos de ciertas representaciones mediáticas en lo relativo a la imagen del “otro”, el Cultivo y la Espiral del Silencio. La investigación concluye también que, a través de este tipo de iniciativas de empoderamiento enfocadas en la idea de Espirales de Paz, los efectos negativos de la violencia cultural generada por representaciones mediáticas pueden ser transformados en el Cultivo de Espirales de Paz Educomunicativas para la Solidaridad y el Entendimiento Intercultural. Teniendo en cuenta la imposibilidad de controlar todos los mensajes e historias mediáticas, el empoderamiento de ciudadanos aparece como una poderosa herramienta para promover el potencial positivo de los medios de comunicación a la hora de movilizar sociedades y transformar diferencias culturales en clave de interculturalidad, reconciliación y transformación pacífica de conflictos.

Palabras clave

Representación mediática; cultivo; espiral del silencio; espirales de paz; alfabetización mediática.

Author's Biography

José Ignacio Martín Galán works as a researcher at the Interuniversity Institute of Social Development and Peace-UNESCO Chair of Philosophy for Peace (Jaume I University, Spain), where he is the coordinator of the Special Unit for Media, Peace Intervention in Conflict and Support to UNAOC. His research focus is in the field of

communication for peace, intercultural dialogue, mobility and the effects of media representations. He has worked in multi-cultural environments in the field in Israel-Palestinian Territories, Western Sahara, Mexico, Morocco, Greece, Spain and France, as well as with UNAOC at the UN Headquarters, NY. Martín Galán is also an award-winning journalist expert in migration and human rights. He conducted his PhD on Communication for Peace and Intercultural Dialogue at Jaume I University (Spain) completing research periods at Columbia University (New York) and Université Sorbonne Nouvelle (Paris). He has also an International Master in Peace, Conflicts and Development and a postgraduate specialization in Social Media. E-mail: jgalan@uji.es.

Comunicación y EcoCine: estrategias de sensibilización desde y hacia el futuro

Communication and EcoCinema: Awareness strategies from and into to the future

Raquel Cabral, Universidade Estadual Paulista (Unesp, São Paulo, Brasil)

Resumen

El uso de imágenes del futuro se ha concebido en la historia humana como un recurso poderoso para poblar nuestro imaginario de posibles escenarios que orientan nuestras decisiones en el presente. En ese sentido, basándose en estudios de la sociología del futuro y teóricos como los esposos Boulding y Boulding (1995), Polak (1973) y Lederach (2007), este trabajo pretende discutir el uso de la imaginación y de las imágenes del futuro como recurso narrativo y pedagógico para la sensibilización medioambiental. Para ello, analizaremos la película *Los sueños (Dreams)*, Akira Kurosawa, 1989) a partir de una combinación de metodologías, el análisis fílmico de Marzal Felici y Gómez Tarín (2007) y el análisis socio-metafórico de Lizcano (1999), que nos permitirán elegir un fragmento del film donde se identifique la construcción narrativa de una metáfora poética dirigida hacia el futuro. Como se observa, la metáfora se constituye como un recurso del lenguaje no sólo en el ámbito verbal sino también visual. Con esto, pretendemos discutir el papel del cine, sus metáforas poéticas y del recurso narrativo de imágenes del futuro como estrategia de sensibilización ecológica.

Palabras clave

EcoCine; estrategias de sensibilización; imágenes del futuro.

Abstract

*The use of images of the future has been conceived in human history as a powerful resource to fill our imaginary of the possible scenarios that guide our decisions in the present. In that sense, based on studies of the sociology of future and researchers as Boulding & Boulding (1995), Polak (1973) and Lederach (2007), this paper aims to discuss the use of imagination and images of the future as a narrative and an educational resource for environmental awareness. Therefore, we analyze the film *Dreams* (Akira Kurosawa, 1989) from a combination of methodologies, film analysis of Gomez Tarín and Marzal Felici (2007) and socio-metaphorical analysis of Lizcano (1999). These methodologies allow us to choose a piece of film where a narrative construction of a poetic metaphor facing the future is identified. As seen, the metaphor is constituted as a resource in language, not only in verbal language but also the visual field. With this, we intend to discuss the role of film, its poetical metaphors and narrative resource of images of the future as strategy of environmental awareness.*

Keywords

EcoCinema; Awareness strategies; images of the future.

Introducción

El debate medioambiental desafía a todas las sociedades en la actualidad como temática emergente. En el ámbito comunicacional su tratamiento se hace urgente. Comunicar ecología adquiere una problematización compleja, principalmente cuando se

ponen en cuestión valores y significados propios de una cultura sostenida por el consumo. En ese encuentro de debates ante los problemas medioambientales que no conocen fronteras y difundido por las nuevas tecnologías que potencializan la globalización, el futuro se presenta como un instrumento pedagógico poderoso para la sensibilización ecológica.

Al trabajar con la representación de narrativas que modifican la relación entre el espectador y la realidad representada, el cine se convierte en un medio de comunicación que construye pedagógicamente escenarios de futuro y legitima determinadas concepciones y actitudes. Por otra parte, la representación del futuro también adquiere una importancia singular al permitir la experimentación futura en condiciones y circunstancias imaginadas que buscan dar una forma, un color, un lugar, fechas, nombres y todas las variables que caracterizan situaciones reales, conforme explican los esposos Boulding (1995), Dyson (1998) y Polak (1973). Al imaginar el futuro como consecuencia del pasado y presente inmediatos, la narrativa cinematográfica crea relaciones causales posibles. Aunque sea en el ámbito de la ficción, la relación del espectador con la realidad representada proporciona y potencializa la experiencia a través de los sentidos, el sentir las consecuencias de acciones pasadas o presentes en un futuro posible. Como se observa, el futuro se configura como un importante elemento narrativo y pedagógico que acentúa la experiencia.

En esa línea de pensamiento, este trabajo tiene como objetivo discutir y presentar una reflexión teórico-metodológica que discute este abordaje a partir del cine, como objeto de estudio y medio para la sensibilización medioambiental a partir de narrativas cinematográficas que utilizan estrategias metafórico-poéticas que optimizan el proceso de interpretación y presentan el futuro a partir de una narrativa estructurada. Para ello, hemos seleccionado la película *Los sueños* (*Dreams*, Akira Kurosawa, 1989) que presenta narrativas sobre el futuro y que producen un impacto en el imaginario científico-tecnológico de su época desde una perspectiva pedagógica de cambio de mentalidad hacia la acción humana en el planeta.

Obviamente, partiendo de una perspectiva crítica, se pretende abordar y problematizar el tema, entendiendo su complejidad. Para realizar tales objetivos, proponemos utilizar una combinación de metodologías: el análisis fílmico propuesto por Javier Gómez Tarín y Marzal Felici (2007), el análisis socio-metafórico de Emmanuel Lizcano (1999), inspirada en la perspectiva de la metáfora cognitiva experiencial de George Lakoff y Mark Johnson (1995). Como resultados esperados, pretendemos

desarrollar una reflexión capaz de sugerir la potencialidad de las narrativas cinematográficas como estrategias para comunicar ecología, sensibilizando desde y hacia el futuro. De ese modo, el futuro se concibe como un instrumento narrativo y pedagógico poderoso para la legitimación de una cultura de paz.

1. Imágenes del futuro y Ecología: ¿por qué imaginar el futuro es un instrumento narrativo y pedagógico poderoso?

La importancia de la imaginación también se ha estudiado en la filosofía. En las creaciones científicas o filosóficas, como nos recuerda el físico estadounidense Freeman Dyson, es la imaginación la que orienta grandes ideas y acciones. En su obra titulada *Mundos del Futuro* (1998), el científico nos recuerda que en todos los grandes descubrimientos científicos y avances tecnológicos, la imaginación creadora no sólo pudo motivar a los grandes hallazgos, sino que además, pudo orientar los direccionamientos de los usos de estas invenciones.

En su libro nos cuenta que el concepto humano de *tiempo* no debe ser limitado. Comprendió que tenemos la tendencia a mirar hacia el futuro pero a muy corto plazo, y eso limita nuestras acciones en relación al compromiso ético con las futuras generaciones. Según nos cuenta Dyson (1998: 10): “Los horizontes son largos, y es normal y natural mirar cien años hacia el futuro, el tiempo que un roble tarda en crecer”.

Inspirados por esta mentalidad, entendemos que el cambio del paradigma consumista, que alimenta la sociedad del consumo y que impide una consciencia ecologista, supone la ampliación de nuestra concepción de tiempo. Esto se destaca como condición necesaria para poner en marcha una imaginación creadora pacifista y comprometida con el futuro.

En un texto de 1995, Elise y Kenneth Boulding reflexionan sobre *el futuro*. Comentan que todas nuestras experiencias están localizadas en el pasado, mientras que nuestras decisiones están concentradas sobre el futuro (Boulding y Boulding, 1995: 1). Esto significa que el estudio del futuro es mucho más que una curiosidad intelectual, como mencionan los autores. Se constituye como un conocimiento esencial para la supervivencia de nuestra especie.

Uno de los primeros pensadores del campo de los Estudios de Futuro fue el sociólogo y político holandés, Frederik Lodewijk Polak. En 1973 escribe *The image of the future* (*La imagen del futuro*) que fue traducido al inglés en 1973 por Elise

Boulding. En esta obra, Polak se plantea qué es lo que hace una sociedad avanzar o cuáles son los elementos que llevan a una sociedad a lograr un objetivo. Según el autor, las sociedades que más evolucionan son aquellas que poseen o han definido una clara imagen del futuro, y su ascensión o declive histórico tiene relación con la imagen de futuro que han planteado. Conforme explica Polak (1973: 19): “*The rise and fall of images of the future precedes or accompanies the rise and fall of cultures. As long as a society’s image is positive and flourishing, the flower of culture is in full bloom. Once the image begins to decay and lose its vitality, however, the culture does not long survive*”.

En la representación iconográfica de la *tierra prometida* en la Biblia cristiana, por ejemplo, se encuentra una de las imágenes del futuro más sorprendentes en la literatura occidental. La tierra donde hay leche y miel en abundancia se convierte en una profecía de orientación, guía y motivación para los descendientes de los personajes bíblicos de Abraham y Jacob. No había ninguna certeza, pero había una imagen como guía. Según Polak citado por Boulding (1995), la capacidad humana para crear imágenes que nunca antes fueron experimentadas o registradas es la dinámica-clave de la historia. Son imágenes acerca de lo que “*todavía-no-son*”, pero que inspiran nuestras intenciones y orientan nuestras decisiones hacia un deseado mañana.

De acuerdo con Polak (1973), durante la historia se ha visto una alternancia entre optimismo y pesimismo, así como diferentes y diversos puntos de vista sobre la imagen del fin del mundo. Para este autor, la combinación entre el optimismo acerca de la realidad combinado con un sentido utópico de la capacidad humana para imaginar un deseable futuro, pone en marcha una dinámica poderosa. En realidad, su perspectiva reconoce la capacidad humana para construir paz. Según señala Polak (1973), el optimismo utópico fue una característica de la sociedad occidental de los últimos siglos, pero desafortunadamente no de las últimas décadas.

Hay una corriente teórica sostenida por la Sociología del Futuro en que se defiende que la visión de *sociedades deseadas* se convierte en motor para el desarrollo. Según sus seguidores, esta corriente explica que la finalidad de los estudios de futuro de las cosas es ayudar a poblar de imágenes (sean sus ideas, miedos, esperanzas, creencias, preocupaciones), a fin de aportar calidad en sus decisiones de cara al futuro. En este sentido, tales estudios empiezan a consolidarse con fuerza frente a la necesidad de planificación del futuro del mundo, a través de la imaginación del espacio y de la sociedad (en lo que se refiere al diseño de instituciones, gobiernos, ciudades, sistemas

político-económicos o tecnologías). Curiosamente, en esta perspectiva se comprenden las imágenes del futuro no sólo como puramente abstractas, sino incluso se recomienda el ejercicio de su expresión plástica -sea por medio de una pintura, un texto, un diseño con colores, formas y dimensiones- que ayude a crear *sociedades deseadas* muy bien definidas.

Por otro lado, el concepto de *imaginación moral* desarrollada por varios autores, pero matizada en el contexto de nuestra investigación por Lederach (2007), nos demuestra el papel de la imaginación en el proceso de construcción de la cultura de paz. En realidad, la propuesta de *imaginación moral* nace en el contexto de la transformación pacífica de conflictos, pero creemos que su concepción va más allá de su aplicabilidad a los conflictos visibles como pueden ser las guerras, los conflictos armados o la violencia urbana. Interpretamos que Lederach (2007) también nos acerca de una concepción de *imaginación* en el contexto de la sensibilización medioambiental. Una aproximación del concepto frente a la violencia cultural de los discursos que legitiman determinadas conductas y hábitos que generan graves consecuencias al entorno en que vivimos. En especial, al tratar del tema del arte (o del cine, en nuestro caso de investigación) como un instrumento de comunicación y proceso de transformación no-violenta de un determinado contexto, entendemos que Lederach está destacando la potencialidad de las artes en general para apoyar el proceso de cambio social.

Esto se da por una razón muy sencilla, por la que el autor reconoce que el trabajo de los profesionales para la paz no debe restringirse al ámbito de lo técnico, sino que también debe esforzarse por incorporar la dimensión conceptual y la creatividad. A ese respecto, plantea Lederach (2007: 24): “Tenemos que imaginar nuestro trabajo como un acto creativo, más cercano al esfuerzo artístico que al proceso técnico. [...] sugiere que el manantial, la fuente que da vida, [...] se encuentra en nuestra imaginación moral, que definiré como la *capacidad de imaginar algo enraizado en los retos del mundo real pero a la vez capaz de dar a luz aquello que todavía no existe*”.

A partir de ahí, Lederach (2007) intuye que una *imaginación moral* debe hallarse con un pie en la realidad de la geografía de la violencia, pero con otro en la transcendencia de ese mismo escenario donde duermen las alternativas. En ese sentido, la idea de *transcendencia* aparece en Lederach (2007) y interpretamos que es una característica clave en la concepción de su *imaginación moral*, porque potencia el proceso de superación que, en palabras del autor (2007: 62), se traduce por: “[...] hallar una forma de trascender, de ir más allá de lo que existe mientras seguimos aún

viviendo en ello”. Según su pensamiento, esta transcendencia encuentra su máxima expresión en el acto creativo. Según su concepción, los artistas tienden a ser personas que “viven en los umbrales de las comunidades en que habitan”, viven en los límites de lo real y lo posible. De ese modo, recuerda Lederach (2007: 74): “Como insinúa Brueggemann, todos los regímenes totalitarios temen al artista. La vocación del profeta es mantener vivo el misterio de la imaginación, seguir conjurando y proponiendo futuros alternativos al único que el rey quiere instar como el único concebible”.

En ese sentido, es pertinente reflexionar sobre la manera con el cine nos permite vivenciar experiencias futuras donde la imaginación nos pueda llevar. Es, de ese modo que sentimos con nuestros sentidos lo que nos pasaría “si” tales situaciones realmente ocurriesen. Ese instrumento narrativo se convierte en algo extremadamente eficaz cuando nos pone el futuro ante nuestros sentidos.

2. EcoCine e imágenes del futuro: la sensibilización hacia la ecología

Partiendo de la concepción del futuro como instrumento narrativo y pedagógico, podemos entender que en el cine, *narrar* es de cierto modo *comprender*, porque el acto de narración es un ejercicio de ampliación de nuestra comprensión ante el objeto narrado y, a la vez, se trata de nuestra propia inclusión en el proceso de interpretación. De la misma forma, la imaginación anticipa interpretaciones, diseña escenarios, permite experimentar otras vivencias, proyecta paisajes (*etnoscapas*) de futuro y cambia nuestra noción de tiempo.

Partiendo de esas concepciones, nos cabe ahora matizar algunas cuestiones metodológicas que dan soporte a nuestro análisis. La primera de ellas se refiere al criterio de pertinencia del análisis filmico, en el que se concibe la posibilidad metodológica de análisis de parte de un film en lugar de hacerlo en su totalidad (Aumont y Marie, 1988, en Marzal y Gómez Tarín, 2007: 46).

Como se puede observar, esta posibilidad metodológica nos permite acceder directamente a los fragmentos que estructuran una metáfora poética conceptual en el film. En ese caso, al acceder a un fragmento donde se visualiza la performance de una metáfora, estaríamos seleccionando los elementos que consideramos altos en significación en la película. Desde luego, estos fragmentos nos permiten trabajar en profundidad la estructuración de la metáfora en el material filmico.

La segunda cuestión se refiere a la metodología de análisis de la metáfora. La metáfora se constituye en un elemento rico en significación, no sólo en su dimensión

verbal, pero también no-verbal. Para este análisis, consideramos un método muy pertinente en el que, aunque tradicionalmente ha sido aplicado a contextos verbales, reconocemos su aplicabilidad en el contexto de la metáfora visual. El *análisis socio-metafórico* desarrollado por Lizcano (1999) se basa en una perspectiva hermenéutica que busca realizar un “análisis reflexivo del sustrato metafórico y social de los conceptos habituales en las propias ciencias sociales. Así como los efectos sociales derivados de la reinsertión en el lenguaje ordinario de los conceptos que las ciencias han elaborado a partir del mismo” (Lizcano, 1999: 1).

En realidad, Lizcano aplica su análisis a textos verbales. No obstante, vale la pena argumentar sobre la contribución de Hausman (1989) a la pertinencia del análisis de metáforas en contextos no-verbales. Entendemos que ya se ha avanzado mucho en el estudio de la imagen para no entender su carácter conceptual, especialmente en los últimos años. Conforme argumenta Flusser (2002: 12), vivimos un momento en que: “Las imágenes pasan a ser cada vez más conceptuales y los textos cada vez más imaginativos“. En ese sentido, ya no podemos resistir a la dicotomía entre verbal y no-verbal porque hoy sabemos que ambos contextos construyen significación, producen sentido, y ambos inciden en el lenguaje cotidiano.

En ese sentido, la contribución de Lizcano enriquece nuestro análisis, teniendo en cuenta que la potencialidad de su método se basa en dos premisas. La primera es que todo concepto es un concepto metafórico. Y la segunda es que “toda metáfora –y, por tanto, todo concepto– es una institución social” (Lizcano, 1999: 1). Desde esta perspectiva, las concepciones de *metáfora viva o poética* y de *metáfora muerta o zombie* nos ayudan a entender la dimensión imaginaria del lenguaje.

Cabe recordar que la primera (metáfora poética) se refiere a la dimensión instituyente del lenguaje, donde se crean metáforas nuevas, asociaciones creativas o relaciones conceptuales hasta entonces poco conocidas o desconocidas. La segunda (metáfora zombie) se refiere a la dimensión instituida, donde se van cristalizando determinadas metáforas hasta convertirse en muertas o, digamos así, instituidas, institucionalizadas, normalizadas o naturalizadas.

Así pues, podemos considerar que la principal aportación del autor a nuestra investigación es su reflexión sobre el carácter metafórico de los conceptos y de la perspectiva social de la metáfora, es decir, “el concepto es metáfora, la metáfora es social” (Lizcano, 1999: 3). En ese sentido, este sujeto es un sujeto social, concreto, situado histórica y socialmente.

Partiendo de esta reflexión podemos desarrollar el análisis de un fragmento de la película *Dreams*, entendiendo que un análisis socio-metafórico presupone una reflexión sostenida por la cultura de determinada sociedad. Para nuestro análisis, hemos elegido la película de ciencia ficción *Los sueños (Dreams, Akira Kurosawa, 1989)* que presenta imágenes de un futuro lejano que desarrolla una serie de metáforas hacia una conciencia ecologista.

2.1. *Los sueños (Dreams, Akira Kurosawa, 1989): la metáfora de los molinos de agua*

En *Los sueños (Dreams, Akira Kurosawa, 1989)* podemos observar la presencia de un discurso transversal que conecta el discurso de la vida y de la muerte, propio y característico del imaginario ecologista. Sueño y realidad no se contraponen, pero se complementan alternando miedo y esperanza, mitos y verdades hacia un futuro incierto. Es una película que estuvo presente en algunos círculos comerciales, pero de carácter más alternativo. Su argumento está inspirado en ocho sueños o pesadillas del propio director, Kurosawa, en varias etapas de su infancia. Estos sueños mezclan visiones futuristas de nuestra relación con la naturaleza en un espacio-tiempo indefinido. Escenas del pasado se mezclan con un presente o futuro que no se tienen muy claros, pero que se sostienen en una relación del ser humano con la naturaleza, por lo tanto, con la vida y la muerte.

En cada sueño o pesadilla está implícita una reflexión ecológica. El octavo y último sueño, *La aldea de los molinos de agua*, ofrece un paréntesis en el tiempo, un refugio aislado del mundo donde la naturaleza ha sido milagrosamente preservada. Ese fragmento posee consistencia para análisis, según los principios del análisis fílmico y del análisis socio-metafórico, pues es posible apreciarse una clara *metáfora*, la *poética* de la vida personificada en un escenario de naturaleza intensa.

De hecho, en ese fragmento, la *metáfora poética* más destacable es la de los *molinos de agua*, que se construyen narrativamente a través de la forma plástica. Ahí tenemos un ejemplo de metáfora poética visual, que dialoga con la narración mediante elementos del escenario. El *agua* es fuente de vida; por lo tanto, es el elemento que permite la continuidad de la vida en el planeta.

Hay una gran diversidad de formas simbólicas presente en estas imágenes: la forma circular de los molinos, el movimiento corriente del flujo del río, el símbolo del puente que conecta dos puntos sin alterar el orden de la vida autóctona, la ausencia de

arquitectura urbana basada en el hormigón o acero (sólo hay caminos y puentes tallados manualmente en madera). Es una metáfora visual conceptual que se ilumina en la relación metonímica del objeto de la escena (*el molino*) con la concepción de *continuidad de la vida*.

La naturaleza se impone a la muerte a partir de un elemento narrativo donde se visualiza la alegre celebración de un funeral con muchos colores, bailes y sonrisas) a través del *mito de la inmortalidad*, del gen que sigue vivo en cada generación. La tradición oriental interpreta la muerte no como un acontecimiento triste o como el fin, sino como un ciclo, metaforizado en la propia forma circular del molino en que cada individuo cumple una función para formar parte de algo mucho mayor que su propio cuerpo físico. El sujeto vuelve a la naturaleza en una *metáfora poética* que puede ser vista en la misma forma simbólica y metonímica del *molino de agua*. El ciclo que se inicia nunca se cierra porque el río sigue corriendo, al igual que la vida nunca se acaba, porque el flujo que la mueve sigue vivo en la extensión de la identidad que se traslada a las generaciones siguientes. Así, la metáfora adquiere el papel de símbolo.

La rutina diaria del anciano y sus consejos al joven estudiante presentan una simbiosis entre vida humana y naturaleza, donde todo está conectado a todo, por lo tanto, el respeto hacia el medioambiente es el mismo hacia uno mismo.

Frente a esta película con una notable temática medioambiental, entendemos que el recurso a la creación de imágenes del futuro es un eje narrativo es fortalecido por las metáforas poéticas que sostiene. Kurosawa crea una forma metaforizada de sus sueños con algunas imágenes de un posible futuro, especialmente en sus pesadillas como antítesis de una conducta ecológica ética, y en el octavo sueño como referencia a un imaginario ecologista optimista. Un recurso pedagógico poderoso para la producción de empatía.

Conclusiones

Partiendo de las reflexiones presentadas, nos parece importante reforzar el papel pedagógico que las narrativas de futuro ejercen sobre el imaginario humano. La experiencia empática, de ponerse en el lugar del otro, experimentar lo que todavía no existe, pero que puede ocurrir o que se puede llegar a ser es un ejercicio que orienta nuestras decisiones en el presente y direcciona nuestras acciones.

Tal como se ha visto, nosotros los comunicadores debemos potenciar el uso de estrategias de sensibilización que puedan ir penetrando por las brechas de la cultura del

espectáculo partiendo de nuevas sensibilidades y formas narrativas que creen ejemplos imitables, que generen experiencias positivas hacia un futuro deseable y sostenible.

Por supuesto, se constituye un gran desafío, pues como escribe Nos Aldás (2007: 228) citando a Pinazo que desde la psicología se sabe que: “[...] los cambios de conducta sólo responden a la relación con discursos constantes, y son fruto del convencimiento respecto a adquiridas a través de un proceso continuado [...] que además no sólo se obtendrá a través de la comunicación sino también de las demás vivencias de los individuos y colectivos”.

Sin embargo, sabemos que es necesario promover un esfuerzo de comunicación que sostenga esas nuevas experiencias, legitimando una cultura de paz y no de la violencia. Es en ese sentido que comunicar ecología en la actualidad implica en utilizarse de mecanismos narrativos que impacten nuestras audiencias al mismo tiempo que las sensibilicen. Para esto, los recursos narrativos y tecnológicos se convierten en grandes aliados que nos ayudan a construir escenarios e imágenes cada vez más atractivos y potentes, pues mucho ya se ha invertido en imágenes de destrucción. Ahora es la vez de potenciar lo máximo de imágenes que construyan una cultura de paz hacia el futuro.

Bibliografía

- Boulding, E. y Boulding, K. E. (1995). *The Future: Images and Processes*. United States: Sage Publications.
- Dyson, F. (1998). *Mundos del Futuro* [Título original: *Imagined Worlds*], traducción de Crítica (Grijalbo Mondadori, S.A.). Barcelona: Hurope.
- Flusser, V. (2002). *Filosofia da caixapreta*. Rio de Janeiro: Relumê-Dumará.
- Hausman, C. (1989). *Metaphor and Art: interactionism and reference in the verbal and nonverbal arts*. UK: Cambridge University Press.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*, 3ª ed., Madrid, Cátedra, [Título original: *Metaphors we live by* (1980)]. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lederach, J. P. (2007). *La imaginación moral: El arte y el alma de la construcción de la paz*, [Título original: *The Moral Imagination. The Art and Soul of Building Peace* (2005)]. Traducción al castellano de Teresa Toda. Bilbao, Bakeaz Gernika Gogoratuz.
- Lizcano, E. (1999). *La metáfora como analizador social*. Artículo publicado en el Portal UNED. Recuperado de <http://www.uned.es/dpto-sociologia-I/Lizcano/lizcano/metafora-sociedad.htm>
- Marzal Felici, J. y Gómez Tarín, F. J. (2007). *Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto filmico para la formulación de una propuesta de trabajo*. En *Metodologías de Análisis del Film* (pp. 31-56). Madrid: Edipo, S.A.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona, Icaria.

Polak, F. (1973). *Images for the Future*. Traducción al inglés de Elise Boulding. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company.

Biografía

Raquel Cabral es Doctora en Comunicación Institucional por la Universitat Jaume I (España), Master en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo por la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) entre la Universitat Jaume I y Universitat de Alicante (España), Máster en Comunicación Mediática por la Universidade Estadual Paulista (Unesp, São Paulo, Brasil) y Licenciada en Relaciones Públicas por la misma Universidad. Es actualmente Profesora Doctora del Departamento de Comunicación de la Facultad de Arquitectura, Artes y Comunicación (FAAC) de la Universidade Estadual Paulista (São Paulo, Brasil) y miembro del equipo investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP, España). Actualmente, sus líneas de investigación se concentran en los estudios sobre Comunicación y estrategias de sensibilización, Relaciones Públicas e Interculturalidad. Correo electrónico: kel_cabral@hotmail.com.

El papel de la ciencia en la construcción de una cultura de paz

The role of science in the construction of a culture of peace

Maria Emanuel Melo de Almeida, CEMRI (Centro de Estudios de las Migraciones y de las Relaciones Interculturales, Universidad Abierta), Portugal / CEDID (Centro de Estudios Doctorales en Interculturalidad y Desarrollo), Universidad de Valladolid, España

Resumen

Con este artículo sobre “El papel de la ciencia en la construcción de una cultura de paz” se busca comprender cómo la ciencia puede ser un medio que permita edificar una cultura de paz contribuyendo a la transformación de las injusticias y desigualdades sociales.

El principal objetivo de esta comunicación es verificar cómo la ciencia puede contribuir a la construcción de una cultura de paz. El conocimiento científico y tecnológico ha traído grandes beneficios a la humanidad, sin embargo estos beneficios no se distribuyen equitativamente, lo cual ha ampliado la brecha entre los países industrializados y en desarrollo, causando el detrimento del medio ambiente, el desequilibrio y la exclusión social (UNESCO, 1999).

Para promover la construcción de una cultura de paz son necesarias nuevas formas de pensar y concebir la sociedad, puesto que las áreas científicas y tecnológicas tienen una gran influencia en la construcción del pensamiento individual y colectivo de las personas. Es esencial realizar no sólo investigaciones relacionadas con la construcción de una cultura de paz, sino también informar y discutir con la sociedad la diferencia entre las investigaciones realizadas en provecho de la paz y el desarrollo, aplicadas al conocimiento, a la resolución de problemas sociales y ambientales, y las que son orientados para fines bélicos.

Las comunidades científicas no logran *per se* poner fin a la producción de armas. A pesar de esta incapacidad, deberían esforzarse por rechazar y prevenir el adelanto de investigaciones que ponen en peligro la vida humana y el medio ambiente, desarrollando y promoviendo una ética científica pacifista (UNESCO, 1999). Así, es necesario mirar no sólo a la sociedad actual, sino a los derechos de las futuras generaciones, y a la responsabilidad ética y moral de cada individuo para permitir la supervivencia futura, una vida humana digna y feliz.

Palabras clave

Ciencia; cultura de paz; ética; paz; tecnología.

Abstract

With this article on “The role of science in the construction of a culture of peace” we would like to contribute to science to be able to work as a means to develop a culture of peace that may change social injustices and inequalities.

The main goal of this paper is to show how far science can contribute to the construction of a culture of peace. The scientific and technological knowledge has brought great benefits to the humanity. Yet, these benefits are not equally distributed and sometimes they even increase the distance between industrialized countries and developing ones, bringing about the destruction of the environment and causing the social imbalance and exclusion (OEI, 1999).

In order to promote the construction of a culture of peace, one must find new ways of thinking and of conceiving the different sectors in the society, since the

scientific and technological areas greatly influence the construction of people's both individual and collective thought.

It's essential, not only to conduct research related to the construction of a culture of peace, but also to distinguish, inform and debate, with the society, the difference existing between the research conducted within the context of peace and development, applied to the knowledge and the resolution of social problems and natural phenomena, and those addressed to warlike goals.

All by themselves, scientific communities can't stop the construction of weaponry. Despite this incapacity, they must try hard to reject and prevent the development of research that poses risk to the human life, the environment and the society, via peaceful scientific ethics (OEI, 1999).

Therefore, one must care, not only about the current society, but also about the coming generations' rights, for which each individual is ethically and morally responsible, so that we can assure the future survival of a happy and dignified human life.

Keywords

Science; peace; culture of peace; Ethics; technology.

Biografía

Maria Emanuel Melo de Almeida. Investigadora del CEMRI – Centro de Estudios de las Migraciones y de las Relaciones Interculturales – de la Universidad Abierta de Portugal y acreditado por la Fundación Ciencia y Tecnología. Investigadora Externa de IUDESP – UJI (Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz – Universidad Jaume I – Castellón, España). Miembro de CEDID - Fundación “Centro de Estudios Doctorales en Interculturalidad y Desarrollo”, con sede en Santa Cruz de la Sierra, en Bolivia y en la Universidad de Valladolid, España. Miembro de REDIPE – Rede Iberoamericana de Pedagogía, con sede en Colombia. Miembro de TRANSCEND International – *A Peace Development Environment Network* – Asociación fundada en 1993 por Johan Galtung como una Organización de Mediación de Conflictos. Dominios de investigación: Educación para la Paz, Gestión de conflictos, Educación intercultural, Educación para la ciudadanía, Educación para los Derechos Humanos, Ética, Ética ecológica, Ética medioambiental, Ética profesional, Evaluación de planes, programas y proyectos en Educación Social, Relaciones entre Educación y Sociedad, Salud, Ciencias del Medio Ambiente, Biología, Biología Humana, Ciencias Naturales/Ciencias de la Naturaleza, Desarrollo Personal y Social, Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, Ecología Ambiental, Ecología General, Educación a Distancia, *e-learning*, Formación de E-Formadores, Tutoría en Educación a Distancia, Formación de Docentes y Tutores de Educación a Distancia, E-Tutor: Especialización Pedagógica en *E-learning*. Correo electrónico: mariaemanuel.almeida@gmail.com.

Bloque II
De víctimas a indignados:
discursos, representaciones
y empoderamiento

Part II
From victims to indignants:
discourses, representations
and empowerment

¿Relatos restaurativos? Acercamiento a las dificultades para construir una memoria compartida sobre ETA y sus víctimas

Restorative accounts? Approaching the difficulties to build a collective memory on ETA and its victims

Marta Rodríguez Fouz, Universidad Pública de Navarra

Resumen

El trabajo atiende a las polémicas suscitadas en la construcción del relato sobre ETA y sobre sus víctimas. Se analizan las dificultades y los retos de una gestión institucional de la memoria de la violencia. Y se advierten las dificultades que afronta una sociedad democrática para alcanzar una convivencia pacífica tras un periodo de enfrentamiento y conflicto violento atendiendo, en particular, al respeto a la memoria de las víctimas. Para este análisis se presta atención a las divergencias en los relatos, que son percibidos como agravio por parte de las víctimas y a los intentos institucionales de homenajear a esas víctimas. La *Ley 4/2008 de Reconocimiento y Reparación a las Víctimas del Terrorismo*, y las iniciativas que se siguen de su implementación, permiten recalcar en la dimensión más formal de esa gestión del relato, pero junto a ellas, adquieren relevancia las tensiones y vivencias ligadas a revisiones ideológicas sobre la memoria del conflicto y sobre la construcción de una convivencia pacífica.

Se trata de estudiar las expresiones colectivas de legitimación y deslegitimación de la lucha armada como muestras de las dificultades para la convivencia cuando se movilizan cosmovisiones dispares acerca del significado de la violencia y de la responsabilidad sobre las víctimas.

La mirada hacia esa realidad exige prestar atención a los conceptos que vienen siendo reiterados en la esfera pública como claves para el final de la violencia. La memoria de las víctimas, junto con la problemática definición de víctima, la solicitud de perdón, la política penitenciaria, la reconciliación, la existencia de vencedores y vencidos, entre otros, aparecen como elementos de debate que permiten incidir en el significado y las exigencias de la convivencia democrática y que apuntan hacia la imposibilidad de propiciar una memoria colectiva compartida y un único relato (¿un relato restaurativo?) sobre la existencia de ETA.

Palabras clave

Víctimas; relato; memoria; justicia restaurativa; legitimación de la violencia.

Abstract

This paper focuses on the controversies emerged out of the efforts to elaborate the historical narrative on ETA and its victims. Public institutions' challenges and difficulties to manage the collective memory of violence are explored here. In addition, the problems which a democratic society faces to attain a peaceful coexistence after a period of confrontation and violent conflict will be addressed, paying especial attention to the respect for the memory around the victims. In order to do so, the different interpretations that produce unlike narratives and which are considered by some social agents as offenses towards the victims are studied, along with the institutional initiatives to pay tribute to them. The law 4/2008: Terrorism victims' recognition and Reparations as well as the actions detached from it allow for deepening into this narrative management's most formal dimension; however, they also open the path to analyze the tensions and experiences revolving around them and which are linked to the

ideological reviews about both the memory of the conflict and the process of building a peaceful coexistence.

Furthermore, the paper explores the legitimizing and delegitimizing collective expressions of the armed struggle, as indicators for the coexistence problems that arise when contrasting worldviews about the meaning of violence and the commitment to the victims are utilized.

Looking into this reality demands for an examination of the most salient concepts that are highlighted within the public sphere as the key for the end of violence: the memories of the victims – together with the problematic definition of what a victim is –, the request of asking for pardon, the penitentiary policies, the reconciliation, the existence of winners and losers... These all are the hot topics of debate which, on the one hand, enable the understanding of the meaning of and the exigencies for a democratic coexistence and, on the other, point out the impossibility of building neither a shared collective memory nor an only narrative – a restorative narrative – about the existence of ETA.

Keywords

Victims; story; memory; restorative justice; legitimization of violence.

Agradecimientos

Este trabajo se ha realizado dentro del proyecto “La guerra y sus justificaciones. Tendencias y problemas actuales” (DER2013-47425-R) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y dirigido por Roger Campione. Además agradezco la ayuda del Grupo de Investigación “Cambios Sociales” de la Universidad Pública de Navarra.

Biografía

Marta Rodríguez Fouz es Doctora en Sociología por la Universidad Pública de Navarra con Premio Extraordinario y Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco. En la actualidad es profesora Contratada Doctora en el Departamento de Sociología de la Universidad Pública de Navarra, con acreditación para Profesor Titular de Universidad. Ha sido becaria del Gobierno Vasco en sus programas pre- y postdoctoral. Tiene diversas publicaciones en revistas de ámbito nacional e internacional sobre autores como Habermas, Mannheim, Kierkegaard u Ortega y sobre la reflexión acerca de la memoria histórica y la violencia. Algunos de esos artículos forman parte de su libro *Pasiones discursivas* (Pamplona, 2003). Ha publicado, asimismo, los libros *Los retos de la identidad. Jürgen Habermas y la memoria del Guernica* (CIS/Siglo XXI, 2004), y *Homo lóquax. Las sociedades humanas y su activación comunicativa* (Pamplona, 2011) y coeditado junto a Ignacio Sánchez de la Yncera, *Dialécticas de la postsecularidad. Pluralismo y corrientes de secularización* (Anthropos, 2012). Sus investigaciones se centran en los problemas de legitimación de la violencia colectiva y en su presencia histórica y social, tema sobre el que ha publicado numerosos trabajos en revistas y en libros colectivos. Correo electrónico: marta.rodriguez@unavarra.es.

La representación de la diversidad sexual en la televisión: de la homofobia manifiesta al esperpento

Sexual diversity representation on television: from manifests homophobia to grotesque

Pedro Salmerón Sánchez, Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología.

Universitat Jaume I

Rafael Ballester Arnal, Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología.

Universitat Jaume I

María Dolores Gil Llario, Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación

Universitat de València

Jesús Castro Calvo, Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología.

Universitat Jaume I

Resumen

Los medios de comunicación y sus arquetipos conllevan implícitos un rol socializador de gran calado contribuyendo con sus mensajes y sus sistemas simbólicos a la construcción de diferentes identidades sociales. A pesar de la aparente modernidad y apertura de los medios de comunicación actuales, muchos de sus productos, especialmente los televisivos, continúan reproduciendo discursos heterosexistas y androcentristas sobre la desigualdad en cuanto al género y la orientación sexual utilizando para ello estereotipos que actúan como modelos de desigualdad para la construcción de la identidad de los espectadores.

Durante años ha sido evidente la ausencia de personajes abiertamente gays o lesbianas en programas y series televisivas. Negar su existencia ha sido una forma de homofobia: la no-representación en los discursos televisivos de la población homosexual supone la ausencia de este grupo en el imaginario popular y la falta de reconocimiento como parte de la sociedad. En la actualidad, a pesar de su creciente visibilidad, parece ser que los discursos televisivos continúan favoreciendo el funcionamiento de una cultura discriminatoria de lo homosexual pudiendo plantear la transición desde una homofobia manifiesta de hace una décadas a una homofobia más sutil encubierta de modernidad y comedia.

Así, resulta necesario que desde la televisión, y desde los medios de comunicación en general, se represente lo homosexual tomando como base la diversidad del colectivo ofreciendo modelos con los que el espectador en general, y el adolescente en pleno proceso de autodescubrimiento, se pueda sentir identificado. La ausencia de representaciones diversas puede generar la aparición de la “homofobia interiorizada” teniendo como consecuencia importantes conflictos personales, familiares y sociales en la persona dificultando su completo desarrollo afectivo-sexual y social.

Palabras clave:

Televisión; homosexualidad; homofobia interiorizada; estereotipo; series.

Abstract

Mass media and their archetypes have inherent an important socializing role. Their messages and symbolic systems contribute to develop different social identities. In spite of apparent modernity and opening on mass media, most of their products, especially on television, still recreate heterosexist and androcentric discourses about gender and sexual orientation inequality, using stereotypes as inequality models for spectators' identity construction.

For years, absence of gays and lesbian characters on television programs and series has been obvious. Denying their existence has been considered a kind of homophobia: non-representation of homosexual population on television speeches presume their absence on collective imagination, and the non-acknowledgement as a part of our society. Nowadays, although gay and lesbian people have more visibility, television discourses still favor a discriminatory culture about homosexuality. This could facilitate a transition from an evident homophobia to another one more subtle, covered by modernity and comedy.

Therefore television and, in general, mass media have to represent homosexuality based on their diversity, providing general spectators and teenagers (who are developing their identity) models to self-identify. The absence of different representations about homosexuality on television may contribute to “internalized homophobia”. This would cause important personal, familiar and social conflicts making difficult a comprehensive sexual, affective and social development.

Key words

Television; homosexuality; internalized homophobia; stereotype; series.

Introducción: la televisión como ente socializador

Los medios de comunicación de masas tienen un importante papel en la socialización del ser humano convirtiéndose en un agente social fundamental en la actualidad y encontrando su lugar en este proceso de socialización al mismo nivel que otros factores como la familia, los pares o la educación (Pindado, 2003). La representación de la diversidad social, de género y sexual en los *mass media*, especialmente la influencia de la ficción televisiva, sólo ha empezado a explorarse en los últimos años.

En las últimas décadas, la televisión ha asumido e integrado el papel que jugó el cine en las representaciones sociales. En relación a la orientación sexual homosexual, la televisión desde un punto de vista periodístico ha promovido el conocimiento del espectador con el objetivo de disminuir los prejuicios y estereotipos asociados al ser homosexual. Esta cuestión se ha abordado desde hace años desde el reportaje de fondo, el debate de expertos o el documental televisivo (González de Garay y Alfeo, 2010). Un ejemplo lo encontramos en TVE en el año 1983 con el programa de debate *La Clave* que dedicó un monográfico titulado *Homosexualidades*. Pero como estos mismos autores indican, con este planteamiento no podemos ignorar los persistentes estereotipos histriónicos que aún existen, tanto en cine como en televisión. Así, en la actualidad, aún encontramos algunos discursos periodísticos en los que la cuestión gay aparece oculta o enmascarada con eufemismos asentando así el privilegio del heterosexismo hegemónico (Carratalá, 2011).

La televisión como herramienta social que es debe ser entendida como un ente que contribuya a la normalización de aquellas realidades que son consecuencia de la compleja construcción social (Belmonte y Guillamón, 2008). En este sentido, la reproducción de estereotipos basados en discursos heterosexistas y androcentristas en cuanto al género, la identidad y la orientación sexual actúan como modelos de desigualdad para la construcción de la identidad de los espectadores. En general, los estereotipos simplifican una realidad mucho más compleja de la que muestran y surgen por la necesidad del ser humano de encasillar a las personas en grupos que se adapten a unas creencias y valores, con independencia de que dichas ideas se ajusten o no a la realidad.

Así, entre los principales estereotipos que acompañan al hombre gay podemos señalar dos. La feminidad, popularmente conocida como “pluma”, y la promiscuidad sexual acompañada, por supuesto, de la adopción de un rol pasivo en el mantenimiento de relaciones sexuales con penetración anal. Por lo que respecta a la mujer lesbiana, los estereotipos van asociados, fundamentalmente, a la masculinidad, quedando más alejadas de la promiscuidad sexual. La mujer, por el hecho de ser mujer y sin importar su orientación, debe canalizar los valores tradicionales de la familia y la monogamia, obviando en todo momento el placer sexual. Pero con independencia de la cantidad o la cualidad de los estereotipos vertidos sobre la población homosexual, lo que está claro es que cualquier estereotipo va acompañado de una importante carga moral y de una serie de prejuicios que tienen como consecuencia la discriminación, la homofobia y la homofobia interiorizada. En definitiva, la presencia de estereotipos en la televisión legitima la desigualdad potenciando, al mismo tiempo, los prejuicios (Belmonte y Guillamón, 2008).

Por otro lado, es pertinente destacar que el porcentaje de población homosexual en la sociedad y su presencia en la ficción televisiva no se corresponde con la escasa representación de la población de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales (LGTB) en los *mass media* (Martí, 2011). Aunque se desconocen datos sobre España o Europa, en EEUU se estima que durante la temporada 2012-2013, los personajes de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales representaron el 4,4% de todos los personajes regulares de las principales series, siendo este porcentaje un 1,5% superior al de la temporada 2010-2011 (3,9%) (Soto-Sanfiel, Ibiti y Palencia-Villa, 2014).

El presente ensayo pretende explorar la representación de lo homosexual en la ficción televisiva española y el imaginario que le acompaña como una forma de mostrar que este imaginario puede generar homofobia interiorizada.

1. La pre-representación de la homosexualidad en la televisión en España: la ficción anglosajona

Podríamos decir que la ficción anglosajona, especialmente la estadounidense, es la que mayor influencia ha tenido en la construcción del imaginario homosexual en la televisión de nuestro país (González de Garay, 2013). La presencia de personajes abiertamente LGTB ha sido mucho mayor en las comedias de situación (*sitcom*) que en aquellas series o *tv movies* de un carácter más melodramático. En esta ficción, los primeros personajes presentaban un marcado estereotipo, personajes que eran problemáticos o en los que su mayor deseo era conseguir un cambio de sexo (González de Garay, 2013). Como podemos observar, en muchas ocasiones la realidad que se plasma en la ficción no solamente va acompañada de estereotipos y prejuicios, sino que además existe la posibilidad de que los conceptos se confundan como es el caso de la mezcla de la orientación sexual con la identidad sexual o de género. En general, se trataba de “hombres menudos y afeminados o cotillas despiadados que apuñalaban por la espalda” y mujeres “sin sentido del humor con camisas de franela” (Tipton, 2005: 17 en González de Garay, 2013). Como no podía ser de otra manera, los años 80 y 90 también estuvieron marcados en la televisión por la presencia del VIH-Sida en la población homosexual, personajes que además luchaban por su propia aceptación como gays y en contra de los prejuicios sociales.

En la televisión de EEUU, quizás uno de los primeros personajes que rompió con los estereotipos más marcados, aunque no con los problemas de visibilidad y aceptación social, fue Matt, uno de los treintañeros protagonistas durante varios años de la serie *Melrose Place* (emitida en la Fox desde 1992 hasta 1999). Desde varios ámbitos, a este personaje se le consideró como un abanderado, como un representante del hecho homosexual por la normalización que lideró. Curiosamente, Matt también ha sido posiblemente uno de los primeros personajes abiertamente gays vistos en la televisión de nuestro país.

A partir de aquí, muchas series anglosajonas han contado con el “necesario” personaje homosexual, mayoritariamente hombre. Pero mención especial merece la versión estadounidense de la serie *Queer as folk* que marcó toda una época

especialmente en la población de chicos adolescentes gays, incluidos los españoles. Cada uno de sus cinco protagonistas expresaba una manera distinta de vivir “lo gay” aunque lo que todos compartían sin excepción eran las salidas nocturnas a las discotecas de “ambiente”, principal medio de “ligoteo” de la época (la serie se emitió en EEUU desde el año 2000 hasta 2005).

En la actualidad, mención especial merece la serie *Modern Family* con gran éxito internacional, en la que dos de sus protagonistas son gays. Ellos viven juntos, han adoptado una niña y en la última temporada se han casado. Aunque todos estos aspectos se acercan a la deseada normalización, no por ello podemos obviar la presencia de algunos estereotipos, especialmente en uno de los personajes, Cameron.

Pero las mujeres lesbianas también han contado con sus apariciones en las ficciones extranjeras, aunque de manera mucho menor. En 1983 aparece el primer personaje lesbiana en EEUU (Tipton, 2005: 24, citado en González de Garay, 2013). A partir de ahí, diferentes series han incluido personajes lésbicos, como *Sensación de Vivir* o *Urgencias*, siendo especialmente llamativo el personaje de *Friends* (Carol), ex mujer de Ross, uno de los protagonistas, al que abandonó por otra mujer después de haber tenido un hijo juntos. En este sentido, un aspecto que empieza ser frecuente en los personajes femeninos es el cambio de orientación sexual: mujeres que al inicio de la serie tienen una relación de pareja con una persona del sexo contrario, pero que a lo largo de los capítulos mantienen relaciones sexuales y/o de pareja con otra mujer. Como analizaremos más adelante, esta situación se planea siempre desde la monogamia y de alguna manera como defensora de los valores tradicionales más conservadores de familia en busca de hijos. Uno de los ejemplos más actuales lo vimos en la serie *Anatomía de Grey*, donde la Dra. Calliope Torres tras haber estado casada con uno de los protagonistas y haber tenido algún otro romance con otro hombre, se enamora de la nueva pediatra del hospital con la que mantiene una relación estable y monógama. Para finalizar este repaso a la ficción extranjera, señalar que estos cambios en cuanto a prácticas sexuales u orientación que es más o menos habitual en las mujeres, no lo es tanto cuando el personaje es un hombre que es gay desde el principio hasta el final.

2. ¿La invisibilidad mediática de las lesbianas?

La tendencia plantea que las representaciones de las lesbianas en la televisión son menores que las de gays y sus caracterizaciones generalmente han seguido a modelos

estereotipados de representación de la homosexualidad concebidos desde la heterosexualidad (Capsuto, 2000 en Soto-Sanfiel et al., 2014). Los principales análisis realizados sobre la aparición de mujeres lesbianas en la televisión española y, más concretamente en la ficción nacional, han puesto de manifiesto que la representación de la lesbiana se ha dado durante años mediante apariciones esporádicas en las tramas, con personajes secundarios (Siles, 2004). Pero, además de tratarse de apariciones puntuales, los personajes de mujeres lesbianas están contruidos de tal manera que presentan las cualidades que la hacen la mujer ideal como objeto de deseo (McRobbie, 2004). Incluso podríamos afirmar que la hacen ideal desde el punto de vista de la heterosexualidad del hombre (Battles y Hilton-Murrow, 2002). En este sentido, estas apariciones esporádicas de las lesbianas podrían entenderse como las experiencias furtivas entre adolescentes o como experiencias vinculadas a la pareja estable, monógama y con ansias de maternidad (González de Garay, 2013). Como consecuencia de esto último, en la mayoría de relaciones lésbicas desaparece cualquier connotación sexual o erótica (Moore, 2007).

En la representación del lesbianismo hay autoras que plantean la existencia de dos modelos de lesbianas: la hombruna (también llamada leñadora o camionera en otros momentos) y la *chic* (Gimeno, 2005). Pero entre todo este imaginario de lesbianas en la ficción española aparece un caso que podemos tildar de pragmático al no acercarse, de entrada, a ninguno de los estereotipos de mujer lesbiana que hemos comentado hasta el momento. Incluso podríamos pensar que se trata de un personaje que además rompe totalmente con la imagen de la lesbiana como “musa” del hombre heterosexual y marcada por la promiscuidad sexual. Estamos haciendo mención a Diana, personaje ya mítico de la serie *7 vidas* encarnado por Anabel Alonso. Pero si profundizamos un poco observamos que tras esa promiscuidad se esconde la búsqueda del verdadero amor. Por otro lado, a pesar de intentar romper con los citados estereotipos, el personaje no dejaba de vestirse de manera ajustada y provocadora, marcando sus atributos, pechos y caderas, con una connotación totalmente heterosexual masculina. Como dice la misma Gimeno (2005: 313-314):

Es una lesbiana perdida en un mundo de heterosexuales; no parece tener amigas lesbianas, ni reunirse nunca con lesbianas, no habla jamás de política lésbica o feminista y no encuentra nunca tampoco estabilidad sentimental, de manera que nunca pueda establecerse una comunidad, aunque sea de dos. [...] Es un personaje simpático que cae bien a la gente pero que cae bien porque no representa ninguna amenaza para nada ni para nadie. Ésa es la lesbiana posmoderna, guapa, simpática, atractiva, despolitizada y feliz.

Años después, hemos visto cómo en la televisión de nuestro país han aparecido personajes que se han ajustado más a la lesbiana real, por ejemplo, en *Hospital Central* o en *Aquí no hay quien viva*. Pero no podemos pasar por alto un hecho que hemos comentado ya en la ficción extranjera: la mujer heterosexual que a lo largo de los capítulos cambia su orientación no sin antes haber sufrido un largo y estresante proceso de auto-engañó y auto-aceptación acompañado por la presión de la lesbiana que la persigue y la atosiga hasta conseguir su “amor”. En esta ocasión nos referimos a Anka, una despampanante mujer rubia con ojos azules, imagen totalmente nórdica, que nos podría recordar al sexista cine español de los años 70 con argumentos del tipo “¡qué vienen las alemanas!”.

3. Lo peligroso del hombre gay promiscuo y pasivo que busca serie de ficción

Por lo que respecta a la representación del hombre homosexual, ésta ha sido como hemos dicho más temprana, amplia y variada a lo largo de la ficción televisiva española que la de la mujer lesbiana. En los primeros personajes la homosexualidad se sugería mediante el exagerado afeminamiento de sus gestos y los diálogos equívocos (González de Garay, 2013). Un ejemplo de esta representación oculta lo encontramos en quinto capítulo de la serie *Curro Jiménez* (años 1976-1978) donde el esperpento y las tramas de enredo con uno de los personajes ocasionales sugieren la homosexualidad subyacente.

En los años 80, uno de los capítulos de la serie *Anillos de oro* incluía a un personaje supuestamente homosexual presentado como una persona tímida, delicada y sensible y muy apegado a la figura materna. Esta timidez y sensibilidad aún es representativa de otros personajes mucho más actuales en series como *Los hombres de Paco*.

En contraposición, también fue en esta década, cuando pudimos ver uno de los primeros besos entre dos hombres (en la serie *La huella del crimen*). En este sentido, la ficción televisiva no ha cambiado mucho su forma de presentar las relaciones sexuales entre hombres. Con independencia de las características de los personajes gays de la serie, poco más de un beso se muestra en las escenas más eróticas, algo impensable al mostrar relaciones heterosexuales. Uno de los ejemplos más contundentes lo observamos en la serie *Física o Química* donde a lo largo de los capítulos podemos ver diferentes escenas sexuales bastante explícitas (teniendo en cuenta que el público

principal era el adolescente) entre personas heterosexuales, pero Fer y su novio nunca protagonizaron una escena tan evidente.

Desde los años 70 hasta la actualidad, muchas han sido las series españolas que han incluido personajes gays aunque, al igual que comentamos con las mujeres lesbianas, se ha tratado mayoritariamente de tramas esporádicas y personajes secundarios: *Farmacia de guardia*, *Médico de familia* o *Al salir de clase*, son algunos ejemplos. Series más recientes sí que cuentan con personajes principales gays como *Aquí no hay quien viva* o la ya mencionada *Física o Química*, que de alguna manera apostaban por la cotidianidad (González de Garay, 2013).

Uno de los mayores riesgos con los que nos podemos encontrar es el tratamiento que se hace de la homosexualidad en las comedias. La mayoría de ellas presentan los principales estereotipos que ya hemos comentado: gay promiscuo pasivo con pluma exagerada. Un ejemplo muy obvio lo tenemos en el personaje de Toni de la serie *Aída* que encaja perfectamente con estos arquetipos. Así, esta representación del hombre femenino con fallos en su virilidad es justificada por los medios desde el producto “comedia”. Se favorece todavía hoy (y sin alejarnos mucho de los primeros personajes gays de la televisión española) el funcionamiento de una cultura discriminatoria de lo homosexual pudiendo plantear la transición desde una homofobia manifiesta de hace unas décadas a una homofobia más sutil encubierta de modernidad y comedia.

Aunque la única serie española cuyo protagonista absoluto era gay fue *Tío Willy* (año 1998) en la que Andrés Pajares se metió en la piel de un homosexual amanerado, tierno, sensible y delicado. Este personaje y su pareja dormían en camas separadas posiblemente con el objetivo de no herir las sensibilidades del público heterosexual, puesto que esta serie recibió muchas críticas y objeciones desde diferentes foros sociales conservadores antes de su estreno.

Conclusiones: homofobia y homofobia interiorizada

Como hemos observado, la presencia de la homofobia ha estado presente a lo largo de la ficción televisiva de nuestro país y lo ha hecho de diferentes maneras. Negar la existencia de personajes de población LGTB ha sido una forma de homofobia: la no-representación en los discursos televisivos de la población homosexual supone la ausencia de este grupo en el imaginario popular y la falta de reconocimiento como parte de la sociedad.

Pero también hemos explorado cómo la construcción de los personajes homosexuales y su presencia en la ficción, aunque busque la normalización, puede generar discriminación y prejuicios. La importancia de los arquetipos sociales y comunicativos es esencial puesto que se encuentran en la base del prejuicio social en relación con determinados colectivos. El análisis del imaginario homosexual en los *mass media* permite a la sociedad detectar errores de conceptualización y así elaborar propuestas discursivas alternativas destinadas a corregir la percepción errónea de la sociedad (Alfeo, 2007).

En este sentido, si bien es cierto que el sarcasmo, el esperpento y la exageración son las banderas que acompañan a las comedias televisivas, su uso exagerado es realmente peligroso para la identificación socio-sexual del espectador, en general, y del adolescente en pleno proceso de construcción personal, en particular. De esta manera, es prioritario que la ficción siga incluyendo otro tipo de modelo homosexual que sirva de ejemplo de la diversidad existente en la población homosexual y que transmita la cotidianidad y la realidad que también supone una relación homosexual. Durante el proceso de auto-aceptación de la propia orientación sexual homosexual es importante que la persona se sienta identificada con algún modelo. La ausencia de representaciones diversas puede generar la aparición de la homofobia interiorizada (Herek, 1996) al dificultar esta identificación personal. Este escenario puede generar importantes conflictos personales, familiares y sociales en la persona dificultando su completo desarrollo afectivo-sexual y social (McGregor et al., 2001).

En términos más generales de construcción social y de los géneros, estas representaciones basadas únicamente en el esperpento presentan una visión equivocada de la masculinidad y de la feminidad percibida al mismo tiempo como invariable y permanente en el tiempo. Como señala Girbés (2013: 312), “el análisis de la representación de las masculinidades en la televisión es esencial ya que no solo ofrece un reflejo de la realidad cultural que la envuelve, sino que ofrece y construye modelos de masculinidad socialmente aceptados”.

Por otro lado, si ampliamos nuestra visión se puede hacer un análisis rompedor del cambio comentado más arriba en la orientación sexual de las mujeres lesbianas en las series de televisión. Este planteamiento lo podemos entender como una ruptura con la manera tradicional de entender la orientación sexual en tres categorías independientes (homosexual, bisexual y heterosexual) para plantear la idea de que nos enamoramos o nos sentimos atraídos por las personas, por lo que deberíamos hablar de prácticas

sexuales (homosexuales o heterosexuales) cambiantes a lo largo de nuestra vida y no tanto de orientación sexual como algo estanco (Guasch, 2000; Vidal, 2001).

Por último, confiamos en que la gran irrupción de Internet como un nuevo medio de comunicación de masas permita construir nuevos modelos que contrasten con la heteronormatividad en la que se basan los personajes de la ficción televisiva actual. Pero aunque estas series online, que ya están circulando por la red, aborden esta temática de manera más directa y menos estandarizada hay que reconocer que la repercusión fuera del colectivo LGTB es escasa (González de Garay, 2009).

En definitiva, a pesar de la creciente visibilidad parece ser que los discursos televisivos continúan favoreciendo el funcionamiento de una cultura discriminatoria de lo homosexual lo cual puede plantear la transición desde una homofobia manifiesta de hace unas décadas a una homofobia más sutil encubierta de modernidad.

Bibliografía

- Alfeo, J. C. (2007). Una propuesta cuantitativo/cualitativa de análisis del personaje cinematográfico aplicada al personaje homosexual. En Marzal, J. y Gómez, F.J. (Eds), *Metodologías de análisis del film*. Madrid: Edipo.
- Battles, K. y Hilton-Murrow, W. (2002). Gay characters in conventional spaces: Will and Grace and the situation comedy gender. *Critical Studies in Communication*, 19(1), 87-105.
- Belmonte, J. y Guillamón, S. (2008). Co-educarla mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, 32 (XVI); 115-120.
- Capsuto (2000). *Alternate channels: The uncensored story of gay and lesbian images on radio and television*. New York: Ballantine Books.
- Carratalá, A. (2011). La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2(09-22); 155-172.
- Gimeno, B. (2005). *Historia y análisis político del lesbianismo: la liberación de una generación*. Barcelona: Gedisa.
- Girbés, S. (2013). Masculinity and popular television. *Masculinities and Social Change*, 2 (3), 312-315. doi: 10.4471/MCS.2013.37.
- González de Garay, B. (2009). Ficción online frente a ficción televisiva en la nueva sociedad digital. Diferencias de representación del lesbianismo entre las series españolas para televisión generalista y las series para Internet. Actas Icono 14 del I Congreso Internacional Sociedad Digital. Revista de comunicación, educación y TIC, 2, 26-28 de octubre, Madrid, España.
- González de Garay, B. (2013). *El lesbianismo en las series de ficción televisivas españolas*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, España.
- González de Garay, B y Alfeo, J.C. (2010). Negociación de la visibilidad homosexual en la ficción televisiva española. Ponencia en Congreso La Construcción de Género en la Ficción televisiva, 31 de septiembre y 1 de octubre de 2010, Girona, España.
- Guasch, O. (2000). *La crisis de la heterosexualidad*. Barcelona: Laertes.

- Hereck, G. M., Cogan, J. C., Gillis, J. R., & Glunt, E. K. (1997). Correlates of internalized homophobia in a community Sample of lesbian and gay men. *Journal of the Gay and Lesbian Medical Association*, 2, 17-25.
- Martí, E. (2011). Homosexualidad, infancia y animación: Del nacimiento de Pebbles Picapiedra a la adopción de Ling Bouvier. *Con A de animación*, 1.
- McGregor, B. A., Carver, C. S., Antoni, M. H., Weiss, S., Yount, S. E., & Ironson, G. (2001). Distress and internalized homophobia among lesbian women treated for early stage breast cancer. *Psychology of Women Quarterly*, 25, 1-9.
- McRobbie, A. (2004): Postfeminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3); 255-264.
- Moore, C. (2007): Having it all ways: The tourist, the traveler, and the local in The L Word. *Cinema Journal*, 46(4), 3-22.
- Pindado, J. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Málaga, España.
- Siles, B. (2004). Las series televisivas: discursos fragmentados sobre la emocionalidad. En De Miguel, C., Ituarte, L., Olábarri, E. y Siles, B., *La identidad de género en la imagen televisiva* (pp. 83-115). Madrid: Instituto de la Mujer.
- Soto-Sanfiel, M. T., Ibiti, A., Palencia Villa, RM. (2014). La identificación con personajes de lesbianas: Recepción de audiencias heterosexuales y homosexuales desde una aproximación metodológica mixta. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69; 275-306.
- Tipton, N. G. (2005). American Television: Reality Shows. En Summers, C. J. (ed.), *The Queer Encyclopedia of Film and Television*. San Francisco: Cleis Press Inc.
- Vidal, G. (2001). *Sexualmente hablando*. Madrid: Random House Mondadori.

Biografía

Pedro Salmerón Sánchez es Doctor en Psicología por la Universitat Jaume I de Castelló (Premio extraordinario de doctorado en el año 2011), en la actualidad compagina su labor en la clínica privada (www.tuyopsicologos.com) con la docencia en la Universitat Jaume I de Castellón y en la Universitat Oberta de Catalunya. Su actividad investigadora va ligada al grupo de investigación “Psicología de la Salud: prevención y tratamiento” de la Universitat Jaume I. Su labor científica se centra principalmente en salud sexual y prevención del VIH prestando especial atención a la población de hombres que ejercen el trabajo sexual y el colectivo de gays, lesbianas, transexuales y bisexuales. De esta colaboración han surgido diversas publicaciones en revistas internacionales que se encuentran en el primer cuartil de su ámbito (AIDS & Behavior o Journal of Health Psychology, entre otras) así como en la colaboración en la publicación de diferentes libros y manuales (por ejemplo, Manual de Psicología Clínica de Salud de Ballester y Gil, coords.). Asimismo, aportaciones a una amplia variedad de congresos científicos, con trabajos presentados como comunicación oral, póster o ponencia invitada, son otra muestra del papel que las aportaciones a la comunidad científica han tenido en su desarrollo profesional. Correo electrónico: psalmero@uji.es.

Rafael Ballester Arnal es Profesor Titular en la Universitat Jaume I de Castellón. Su actividad científica se puede clasificar en dos principales líneas de investigación: una de ellas se refiere en términos globales a la promoción de la salud y se concreta en el análisis de distintas conductas de salud destacando entre ellas la salud sexual y, especialmente, las conductas sexuales de riesgo para la transmisión del VIH; la otra está dirigida a la intervención en contextos sanitarios y más específicamente a la

intervención psicológica en las Unidades de Cuidados Intensivos. Su actividad en las líneas de investigación anteriormente descritas le ha valido una importante producción científica: entre sus méritos investigadores destacan la participación en 30 proyectos de investigación (19 como investigador principal), publicación de 17 libros, 53 capítulos de libro, 118 artículos en revistas científicas, 41 ponencias invitadas a congresos, 97 comunicaciones libres y 165 posters. Correo electrónico: rballest@uji.es.

María Dolores Gil Llario es Profesora Titular en la Universitat de València. Su actividad científica se inicia en 1995 y se enmarca en dos líneas de investigación: una línea de estudio de la respuesta a las necesidades educativas especiales y otra de prevención e intervención en el área de la educación para la salud. Cuenta con más de 70 artículos publicados en diferentes revistas de fuerte relevancia científica, la mayoría de los cuales son fruto de los 11 proyectos financiados por la Conselleria y el Ministerio y en los que ha participado tanto como Investigadora Principal como colaboradora. Entre la producción de capítulos de libro y libros enteros que incluye más de 40 aportaciones y cuyo objetivo ha sido la divulgación del conocimiento científico, destaca la reciente publicación por la editorial Pearson del manual “Psicología Clínica de la Salud” en coautoría con el profesor R. Ballester. Correo electrónico: dgil@uv.es.

Jesús Castro Calvo es Becario de Formación de Personal Investigador (FPI) en la Universitat Jaume I de Castellón. Su actividad investigadora se enmarca en el “Grupo de Psicología de la Salud: Prevención y Tratamiento” y se centra en el campo de la atención a la salud sexual, concretamente en el ámbito de las adicciones sexuales. Su trabajo de investigación sobre adicción al cibersexo se puede considerar uno de los primeros trabajos empíricos sobre esta cuestión en España. El trabajo iniciado en este campo se ha materializado en diversas aportaciones a congresos, capítulos de libro sobre evaluación y tratamiento de la adicción al cibersexo y artículos publicados en revistas nacionales e internacionales. Correo electrónico: castroj@uji.es.

“No way out”. El caso del adolescente marginado “Dukie” en *The Wire* **“No way out”. The example of the outcast teenager “Dukie” in *The Wire***

Elisa Hernández Pérez, Universidad de València

Resumen

El presente trabajo forma parte de un proyecto más amplio de tesis doctoral destinado a analizar, desde la perspectiva del análisis textual, las cinco temporadas de *The Wire* (David Simon, HBO: 2002-2008) en relación a lo que nos dice sobre la auto-definición del ser humano como individuo en el contexto contemporáneo y qué recursos audiovisuales emplea para ello. La cuarta temporada de la serie cuenta las dificultades del sistema educativo centrándose en una escuela concreta y señala el papel que realmente juega en la vida de los alumnos. Así, en el ficticio Edward J. Tilghman Middle School seguimos las desventuras de cuatro adolescentes relacionados de diferentes maneras con el tráfico de droga en los barrios marginales de Baltimore.

Nos centraremos en “*Dukie*” *Weems*, un joven que roza la indigencia y es abandonado por su familia. La historia del personaje confirmaría la existencia de cierto sector de población en las sociedades occidentales que se muestra como improductiva e incluso culpable de su situación y que es en realidad necesaria para la ideología dominante. Se establece así un discurso creador de clasificaciones ordenadoras de la población mediante la pre-definición de roles y estereotipos destinados a perpetuar el sistema. El caso de *Dukie* demuestra una vez más que la idea de la posibilidad de oportunidades para todos es una falacia que oculta la realidad del sistema que se refiere a que: la marginalidad es producida por y para el propio discurso dominante.

Palabras clave

Series de televisión; *The Wire*; análisis del discurso; capitalismo; indigencia.

Abstract

This study is part of a much larger project of PhD dissertation which analyses the television series The Wire (David Simon, HBO: 2002-2008) in relation to human self-definition as an individual in the contemporary context and how it is represented on the screen. The main theme of the fourth season is the problems suffered in the education system and it centers on a specific school and how the students relate to that space. So, in the fictitious Edward J. Tilghman Middle School, the spectators meet and follow four teenagers who are in direct contact with the drug traffic in the poor neighbourhoods of the city of Baltimore in very different ways.

This work will study Duquan “Dukie” Weems, a young character shown from the very beginning as an abandoned and almost indigent child. The story of the character will help us confirm the existence of a certain segment of population in occidental societies which is signaled as improductive and even guilty of their situation but is actually essential to the dominant ideology. This creates a discourse of population classification via the pre-definition of roles and stereotypes which used to perpetuate and maintain the system. The example of Dukie shows once again how the idea of “opportunities for all” is a fallacy that hides the reality of capitalism: marginality is necessary and produced by and for the dominant discourse itself.

Keywords

Television series; The Wire; discourse analysis; capitalism; indigence.

Introducción

The Wire (David Simon, HBO: 2002-2008) suele ser considerada como una de las grandes producciones seriadas del medio televisivo, no sólo por su gran calidad y original estructura en lo que a narrativa se refiere, sino también por su capacidad de mostrar al espectador la situación actual del sujeto en una sociedad dominada por la lógica discursiva del capitalismo salvaje. Este trabajo forma parte de un estudio de mayor envergadura sobre cómo *The Wire* muestra a su espectador la artificiosidad de la construcción discursiva de la subjetividad en el capitalismo contemporáneo.

La cuarta temporada se centra en el sistema educativo presentando una escuela ficticia y señalando el papel que realmente juega en la vida de los alumnos. Nos centraremos en el caso concreto de Duquan “Dukie” Weems (Jermaine Crawford) por considerarlo un ejemplo paradigmático sobre cómo la indigencia y marginación son en realidad útiles al sistema, de manera que éste no busca realmente la reintegración de personajes como el aquí analizado, sino el mantenimiento de estos grupos sociales como intrínsecos al crecimiento y desarrollo del modo de producción capitalista (Harvey, 2007; Klein, 2007).

Se realizará un comentario de su evolución como personaje a partir de un análisis discursivo y textual de algunas de las escenas en las que aparece, especialmente su posición en relación al entorno inmediato. De esta manera, se muestra cómo *The Wire* hace uso de la puesta en escena para desvelar el funcionamiento de la lógica discursiva capitalista.

1. Evolución del personaje

La primera aparición de “Dukie” coincide con la presentación del resto de personajes jóvenes, aunque desde el principio parece ser visible e invisible al mismo tiempo. El personaje está presente y llega tras sus dos compañeros, Randy (Maestro Harkell) y Michael (Tristan Weems), pero es obviado y permanece en los márgenes de los encuadres, para luego desaparecer directamente de gran parte de la secuencia. Por supuesto, no interviene en ningún momento de la misma. Su vestimenta también lo señala como diferente: frente a los pantalones oscuros y camisetas blancas que llevan los otros tres, “Dukie” viste ropa vieja y sucia de tonos marrones.

En ningún momento, se explica de manera dialogada que “Dukie” es un niño indigente o al menos con problemas de integración. Más adelante, se desvelará que su

familia está compuesta por drogadictos incapaces de responsabilizarse del joven. Es interesante señalar que su situación nunca es directamente explicada sino que se indica a través de veladas alusiones (por ejemplo entre profesores o mediante pullas de otros niños), lo cual muestra la incomodidad y negligencia respecto al problema: aquello que no es nombrado, no existe.

En la siguiente secuencia el grupo de amigos intenta atrapar una paloma en un callejón, y la cámara se centra en ellos sin olvidar a “Dukie”, quien está en otra zona de la calle. El personaje aparece en pantalla pero no junto a sus compañeros, lo que de nuevo señala su aislamiento y marginación respecto a los demás al mostrarlo en una actividad diferente. Al fin y al cabo, la existencia, clasificación y señalamiento de lo que es diferente o incluso prohibido, la “anormalidad”, sirve para que la normalidad pueda ser definida por oposición (Foucault, 1990: 189), aquí representado por el eje perpendicular que divide los dos espacios.

En el mismo primer episodio, el grupo de compañeros tiene una breve pelea con otros jóvenes del barrio. El origen de dicha disputa se produce porque una banda rival pega a “Dukie”, que sigue apareciendo como opuesto al resto por su aparición independiente (el resto ya estaban reunidos cuando él llega). Un aspecto que se reafirma por su ropa, que es la misma del día anterior y está sucia. Namond (Julito McCullum) decide que han de vengarse. ¿Por qué se produce esta defensa si poco antes era él mismo quien insultaba a “Dukie”? El mismo Namond responde al decir “*only we can whoop on ‘Dukie’ like that*”. Para definirse como normales, el grupo necesita un discriminado que sirva para compararse positivamente con él. Si no existe la marginación social, ¿cómo saber quién es un privilegiado? Esto crea un extraño sentido de cohesión grupal y, con ello, de posesión: “Dukie” es su marginado, y las bromas privadas que comparten con respecto a él funcionan en parte como pegamento social.

En otra escena, el grupo de compañeros se dirigen a la escuela, “Dukie” aparece casi repentinamente por la derecha y se acopla silenciosamente a las tres figuras que avanzan hacia el fondo. El encuadre no cambia para mostrar su llegada y los otros personajes ni siquiera se detienen para recibirle, “Dukie” simplemente se incorpora a la imagen ya existente por un lateral. Poco después, la madre de Namond (Sandi McCree) lo ignora: deja entrar a Michael y Randy pero no a “Dukie”, a quien deja solo en la escalera de entrada. De hecho, en un encuadre de los personajes en la entrada que es visto desde cierta altura, el punto de vista de ella, “Dukie” ni siquiera aparece.

De camino a la escuela, el resto de personajes no se da cuenta (y la pantalla lo muestra en planos cortos y cercanos) de que “Dukie” se ha acercado a un árbol cercano a ellos para recoger del suelo un ventilador azul que no funciona. El origen de conceptos como marginación social se encuentra en las políticas represivas en contra de aquellos que no se integran correctamente en el modo de producción capitalista (Fernández Enguita, 1990: 33), una manera de señalarlos negativamente. “Dukie” es, por su procedencia y situación familiar, inservible para el sistema, del mismo modo en que lo es también el objeto que acaba de recoger. Poco después encontramos un *travelling* que comienza en un grupo de estudiantes en el comedor de la escuela y que termina en una imagen de “Dukie” sentado a solas en una de las largas mesas tratando de arreglar el pequeño ventilador. Además de señalar momentáneamente que se dedica a esta actividad sin que nadie lo sepa, se insiste en el aislamiento al que es sometido, ya que el resto de estudiantes a su alrededor conversan animadamente en grupos. Al final del mismo episodio, se produce la agresión de una alumna a otra, lo cual genera que todos reaccionen de manera conmocionada. Una vez que la situación parece relativamente controlada, “Dukie” se aproxima sigilosamente a la joven sentada y se sienta a su lado. Lo sorprendente aquí es que el personaje lleva en las manos el ventilador, que ahora vuelve a funcionar correctamente.

El aparato se convierte en basura reutilizada (aquello de lo que el sistema capitalista reniega, pues paralizaría la demanda), gracias a su esfuerzo para recuperar un objeto previamente rechazado. Se trataría pues de un equivalente al propio “Dukie”, un sujeto marginado considerado inútil que requiere simplemente ser reconocido de un modo individual. Este paralelismo entre “Dukie” y el ventilador ni siquiera ocupa lo que podríamos denominar una subtrama dentro del episodio, sino que aparece como detalle inserto en escenas cuyos protagonistas son en realidad otros.

Y es que normalmente en las secuencias en que aparece todo el grupo, “Dukie” es una figura accesoria e incluso inmóvil. El quinto episodio comienza con una secuencia que muestra a los jóvenes reunidos de noche en un solar abandonado. “Dukie” está una vez más presente al fondo de los encuadres que muestran a Michael y Namond, pero no interviene en la conversación en ningún momento. Es visto de manera indefinida por detrás de otras figuras y centrado de nuevo en lo que parece uno de sus pequeños proyectos de mecánica. En este mismo capítulo, “Dukie” guía a Michael y Randy al interior de una casa abandonada para mostrarles uno de los cadáveres dejados por los asesinos de la banda criminal (el resto cree que son convertidos en *zombies* y por eso

desaparecen). El joven, acostumbrado a las sombras y los márgenes, avanza sin miedo por la calle y el edificio en ruinas, mientras que sus dos amigos miran temerosamente su entorno. Esta seguridad en “Dukie” resulta extraña, pero por situarse en los límites de la sociedad tal vez sea más capaz de observar y comprender el funcionamiento de aquello que le rodea (igual que con los objetos que siempre parece estar arreglando). Es además una de las pocas secuencias en que “Dukie” es retratado en primer plano y actúa con decisión.

Otro de los protagonistas de la cuarta temporada es Roland “Prez” Pryzbylewski (Jim True-Frost), un antiguo agente de policía reconvertido en profesor. A lo largo de este quinto episodio, “Prez” comienza a prestar atención a “Dukie”: deja a los alumnos permanecer en el aula durante la hora de comer (Les permite recuperar cierto control y sentir comodidad en un espacio que en realidad no está pensado para ello), y aprovecha para dirigirse a ellos personalmente ofreciendo su ayuda.

Sin conocer su verdadera situación, “Prez” ofrece a “Dukie” parte de su comida, con la excusa de haber traído demasiado. El joven, visto en principio en un encuadre amplio desde el otro lado de la mesa y que incluye también al adulto, consume con avidez el sándwich ofrecido sin ni siquiera sentarse. Tras dar un extrañado agradecimiento, el chico se aleja lentamente hacia la puerta. “Dukie” está poco acostumbrado a este tipo de acciones que demuestran una preocupación por su bienestar y dirige una mirada llena de confusión al profesor antes de salir del aula. Este movimiento del personaje desde la mesa se acompaña de un *travelling* que conlleva un cambio en la posición de la cámara para pasar de nuevo al punto de vista de “Prez”, que aprovecha para preguntar a una alumna por la falta de higiene de “Dukie”. Ella, sin mencionar directamente cuál es la situación del joven (de nuevo la idea de que si no se menciona, no existe), explica que su familia suele vender la ropa que le donan desde la escuela.

Muchas de las acciones de “Prez” como profesor parecen actuar en contra de las intenciones coercitivas y limitadoras de la escuela que asociamos (y los propios adolescentes vinculan) a otras entidades e instituciones como la policía o la cárcel¹. Sin embargo, el caso de “Dukie” es especial porque él mismo, por decirlo de alguna manera, ya traía este tipo de clasificaciones, estereotipos y prejuicios totalmente

¹ No es el tema de este texto por lo que no insistiremos en ello, pero la propia *The Wire* hace equivaler los fracasos y errores institucionales de la educación con los que se producen en otros sistemas. Se presenta en la serie a partir de la exposición de estos aspectos por parte de algunos personajes y a través de recursos audiovisuales (por ejemplo, montajes paralelos).

interiorizados. Por la situación en su hogar, que lo convierte automáticamente en un desecho social, el joven nunca se ha sentido de manera diferente. De ahí la importancia de la influencia de “Prez” en él y que, de manera inconsciente, el profesor consiga que “Dukie” encuentre un espacio que considerar suyo donde pueda tener una sensación de libertad para sentirse cómodo. Por tratarse de un personaje cuyas apariciones hasta ahora han estado tremendamente vinculadas con la idea de marginación (como hemos visto) lo destacable es que este profesor se dirija a él prestándole esa atención individualizada que nadie más le ofrece, por ejemplo le permite el acceso a los vestuarios y las duchas fuera del horario escolar y se responsabiliza de su ropa sucia

Para mostrar cómo por fin “Dukie” encuentra su lugar en la escuela señalaremos una breve secuencia que se produce fuera del horario de clases donde se observa al joven jugar con el ordenador mientras “Prez” trabaja. Es decir, “Dukie” pasa más tiempo en el edificio del que es estrictamente necesario cuando lo habitual es que los niños no deseen estar en la escuela por considerarlo un espacio restrictivo. Con un encuadre amplio que sirve para indicar que el aula está vacía y silenciosa, vemos a “Dukie” ante la pantalla distraído y al profesor junto a él. Éste se incorpora lentamente para avisarle de que pronto tendrán que marcharse. Se sitúa tras el joven y le pasa su brazo sobre sus hombros, una postura de tono paternal y protectora que llega a terminar con ambos sonriendo y mirando al ordenador en una imagen idílica. Ocurre lo mismo más tarde, cuando “Dukie” aparece rodeado de algunas compañeras de clase con las que está buscando imágenes de joyería barata, y también fuera de la escuela, como vemos en una secuencia en que varios jóvenes cenan en una escalera en la calle en la que “Dukie” aparece ahora en medio del grupo y ya no aislado en un lateral.

Sin embargo, la reintegración y mejora social de un personaje destinado de antemano a la marginación no resulta verdaderamente ventajosa para el sistema, por lo que la positiva evolución de “Dukie” se trunca rápidamente. Recordemos que idea de existencia de “oportunidades para todos” domina el sistema, especialmente en la mitología nacional estadounidense, pero esto no es más que una utopía (para que uno tenga éxito, otros muchos han de fracasar). Esta realidad guarda directa relación con las propias paradojas fundacionales del capitalismo fácilmente detectables a nuestro alrededor: crecimiento económico a costa de la pauperización de amplios sectores de la población.

The Wire nos muestra una vez más que la escuela, aunque se presente como la institución encargada de lo contrario, en realidad promueve la aceptación por parte de

los estudiantes de un lugar preestablecido por el propio sistema. En el ejemplo de “Dukie”, su situación de inutilidad (por indigencia) sirve para conservar la jerarquización socio-económica, así como fomentar su polarización (proceso muy claro en el capitalismo global contemporáneo). En este sentido, este personaje es más rentable al sistema si se mantiene en los márgenes y sirve como paradigma de anormalidad, lo que en el fondo simplemente eterniza la situación, sin resolverla. En resumen, el truncamiento de las recién adquiridas posibilidades de “Dukie” (gracias a la intervención de “Prez”) confirma el fracaso del sistema educativo en relación con su intención de mejora social.

Para “Dukie”, esto se producirá en el momento en que la propia escuela, en contra de sus deseos, decide que debe abandonar este nivel para pasar al instituto de enseñanza superior. “Prez” intentará explicar a “Dukie” que está preparado para acceder al instituto. En comparación con otras escenas en que ambos se encuentran a solas en el aula junto al ordenador, aquí la cámara se ha saltado el eje (los personajes son vistos desde el otro lado de la mesa) e incluso ha variado la posición en que se sentaban normalmente el uno junto al otro: la situación ha dado un inevitable giro de 180 grados.

Regresando de la escuela junto a Michael, para colmo, descubre que su familia ha sido desahuciada (Esto quiere decir que han desaparecido sin dejar rastro) y todas sus pertenencias forman una montaña de basura en medio de la calle. Mientras se acercan al lugar, la cámara los enfoca desde la pila de muebles, que se magnifica y ocupa gran parte del encuadre, incluso se llega a ocultar parcialmente a los personajes. Finalmente, se pasa al punto de vista de “Dukie” para ver los objetos abandonados y un primer plano de la orden de desahucio clavada en la puerta. Michael le ofrece alojamiento en su nuevo hogar, de ahí que la última imagen de la secuencia muestre a Michael alejándose hacia su casa, mientras “Dukie” le sigue, algunos metros por detrás. Esto anticipa una dependencia impuesta.

Aunque a primera vista podamos considerar que el convivir con su compañero la situación de “Dukie” mejorará, en realidad la cuestión es, como ocurre con su paso de la enseñanza media al instituto, que se trata de cambios que le son impuestos sin que él tenga ningún poder de decisión sobre ello. En la habitual concepción generalizadora de la población, las diferentes instituciones llevan a cabo sus acciones sin considerar las consecuencias que pueden tener en el ser humano a nivel individual. “Dukie” es además consciente de ser una molestia y una carga inoportuna para los verdaderos habitantes de su nueva casa. Así, al entrar no enciende ninguna luz y avanza sigilosamente. Como

consecuencia, se convierte, una vez más, en una sombra que pretende ser invisible. Aparece directamente en las escaleras, a oscuras y visualizado desde lo alto de las mismas, como forma de señalar la sensación de incomodidad que siente el personaje. Para colmo, lo instalan en una litera junto al hermano de Michael: la litera es un tipo de cama que, por su propia estructura, implica ya cierto agobio y coerción por el reducido espacio y también se podría asociar a un cierto infantilismo.

Nunca llega a entrar al instituto. Se muestra al personaje avanzar con miedo y se observa el edificio como una enorme mole de ladrillo desde el punto de vista de “Dukie”, con angulación baja, lo que empequeñece la figura del joven respecto a la impresión de amenaza que transmite el nuevo centro escolar. Al quedarse paralizado en la acera, unos jóvenes le empujan y se ríen de él consiguiendo que finalmente se aleje en dirección contraria al resto de figuras que avanzan por la calle. Su abandono queda confirmado en su aparición final (en el clip recopilatorio de brevísimas secuencias con música extradiegética con el que terminan todas las temporadas de *The Wire* y que se construye como un cierto cierre al conjunto de personajes seguidos hasta ahora), en la que es visto de pie en un cruce trabajando como traficante de droga visto desde el coche de “Prez”, aparcado en esa misma calle.

Conclusiones

El personaje de Duquan “Dukie” Weems nos presenta cómo la existencia de una clase social aparentemente improductiva, situada en los márgenes, es en realidad útil al sistema para establecer una serie de clasificaciones ordenadoras de la población que permitan controlarla mediante la imposición de roles y estereotipos, además de definir la normalidad por oposición.

En esta línea, hemos de recordar que se trata de un estatus social negativo dentro de un sistema económico que pretende establecer que este tipo de fracasos son exclusivamente personales. En un contexto de individualismo cada vez mayor y de competencia más agresiva, la carga y responsabilidad de la constitución de uno mismo como sujeto (mediante la maximización de su potencial y terminología similar de connotaciones neoliberales) recaen sobre el individuo exclusivamente (Bauman, 2007: 37-40). De esta manera, se presentan algunas de estas cualidades como las que componen la naturaleza humana, cuando en realidad se trata de un discurso artificial sobre la constitución de la propia subjetividad. Se nos presenta así un modelo de

sociedad que, en busca de su crecimiento y perpetuación como tal, carcome poco a poco los conceptos de solidaridad y comunidad (Michéa, 2012: 24-25 y 61-62) demonizando la dependencia a todos los niveles. Además llega incluso a culpabilizar a los propios indigentes y desfavorecidos de su posición: no son víctimas del sistema, son los responsables de su propia situación (Harvey, 2007: 75).

El caso de “Dukie” nos demuestra una vez más que la idea de la existencia de oportunidades para todos es una falacia que oculta la realidad del sistema, en donde la indigencia no es un daño colateral, sino que es necesaria y producida por el propio capitalismo para asegurar su perpetuación. Al fin y al cabo, el sistema educativo se encuentra inserto en un sistema mayor del que depende y a la vez que forma parte. Su función es casi exclusivamente la perpetuación del capitalismo como modo de producción (y discurso) dominante.

Así, “Dukie” comienza la temporada ya marginado, mientras que las razones para dicha falta de integración van apareciendo progresivamente y de manera velada. “Prez” consigue significativas mejoras en el personaje demostrando que es precisamente un sentimiento de comunidad y solidaridad lo que permite su reintegración. Esta situación finalmente es subvertida por el funcionamiento burocrático despersonalizador de una serie de instituciones que fracasan en la que es su (aparente) función: proteger al individuo dentro de un contexto de capitalismo salvaje.

Y es que (y cada vez parece más obvio) la concepción de que es posible alejarse de la marginación y la ilusión de que el éxito es posible para todos es una de las falacias fundamentales para sustentar la lógica del capitalismo y perpetuar dicho sistema sin importar las consecuencias.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2007). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fernández Enguita, M. (1990). *La cara oculta de la escuela. Educación y trabajo en el capitalismo*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, M. (1990). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre*. Barcelona: Paidós.
- Michéa, J.C. (2012). *La escuela de la ignorancia*. Madrid: Acuarela Ediciones.

Biografía

Elisa Hernández Pérez (Tenerife, 1988) es licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Salamanca y desde 2014 es becaria FPU en el Departamento de Teoría de los Lenguajes de la Universidad de Valencia. En esta institución educativa realiza la

tesis doctoral sobre la serie de televisión *The Wire*, en relación a la construcción de la subjetividad en el contexto del capitalismo salvaje. Correo electrónico: elisa.hdez88@gmail.com.

Empoderamiento y discapacidad, factores moduladores del desarrollo de esta potencialidad

Empowerment and disability: development factors modulator this fortress

Raquel Suriá Martínez, Universidad de Alicante
Ana Rosser Limiñana, Universidad de Alicante

Resumen

Introducción. El desarrollo del empoderamiento implica la posesión de múltiples habilidades que ayudan a las personas a afrontar la adversidad, por lo que el desarrollo de esta capacidad puede ser prioritario entre estas personas para mejorar su calidad de vida.

Objetivos. Los objetivos del estudio analizan la capacidad de empoderamiento de un grupo de jóvenes con discapacidad en función de la tipología y etapa en la que se adquiere la discapacidad.

Metodología. Participaron 98 jóvenes con diferentes tipos de discapacidad (física, intelectual, visual y auditiva). Contestaron la versión española adaptada de la Escala de Rogers, Chamberlin, Ellison y Crean (1997) diseñada para medir esta capacidad.

Resultados. Los análisis indicaron altos niveles de esta capacidad entre los jóvenes observándose en mayor medida en las personas con discapacidad sobrevenida, así como en la discapacidad motora y visual.

Conclusiones. Esto nos sugiere que esta capacidad puede variar y evolucionar, de ahí la importancia de fomentarla en programas de intervención-acción.

Palabras clave

Discapacidad; juventud; empoderamiento; potenciación; programas de intervención.

Abstract

Introduction. The development of empowerment involves the possession of multiple skills that help people cope with adversity. That is why the development of empowerment can be high among these people to improve their quality of life.

Objetives. The study discusses the ability to empower a group of young people with disabilities depending on the type and stage in which disability is acquired.

Methodology. Involving 98 young people with different types of disabilities (physical, intellectual, visual and auditory), they answered the adapted Spanish version of the empowerment Scale Rogers [Chamberlin, Ellison y Crean (1997)], designed to measure this capacity.

Results. The analysis indicated high levels of the capacities of these youth, showing a greater extent in people with acquired disability as well as motor and visual disabilities.

Conclusion. The results suggest that this ability can vary, evolve and hence the importance of promoting it in programs encouraged in-action.

Keywords

Disability; young people; disability; empowerment; development; intervention programs.

Introducción

La condición de discapacidad causa múltiples cambios en la vida de una persona poniendo en juego distintos mecanismos que le permiten adaptarse a la nueva situación y aprender a vivir con restricciones importantes que requieren un esfuerzo para realizar una vida normalizada.

Entre las variables involucradas en este proceso podemos citar el nivel de apoyo social del que dispone la persona, las condiciones sociodemográficas, el tipo de discapacidad y las secuelas que comporta, sin embargo, una de los factores más importantes que van a determinar el proceso de adaptación y ajuste es el modo o estilo de afrontamiento de cada persona así como su capacidad de superación, esto es, su empoderamiento (Bertely Busquets, 2003; Weissenberg, 1999; Röger, Rütten, Frahsa, Abu-Omar y Morgan, 2011).

Así, en relación al colectivo de las personas con discapacidad, la literatura sobre esta temática ha dirigido su interés hacia las personas con discapacidad mental, dejando una gran laguna en el estudio del empoderamiento en otros tipos de discapacidad. Así mismo, son inexistentes los estudios que se centren en otras variables como es el grado de discapacidad (Rodríguez Cárdenas y González Bernal, 2012).

Otra de las variables no estudiadas y que puede ser importante a la hora de desarrollar la capacidad de empoderamiento es la etapa en la que se adquiere la discapacidad (Rodríguez Cárdenas y González Bernal, 2012; Suriá, 2013). Así, la mayoría de situaciones en las que pensamos que la discapacidad aparece, suponemos que lo más frecuente es que se adquiera en el nacimiento. De esta forma, la transición de la niñez a la adolescencia y posteriormente a la adultez pasa por unas fases de adaptación en las que de manera general, desde edades muy tempranas se aprende a convivir con esta situación, y por tanto a desarrollar esta fortaleza desde prácticamente el inicio de la infancia (López Peláez y Segado Sánchez-Cabezudo, 2012; Weissenberg, 1999).

Sin embargo, hay ocasiones en que el momento vital en el que se detecta o sobreviene la discapacidad es a lo largo de la vida como por ejemplo al tener una lesión medular como consecuencia de un accidente de tráfico, una enfermedad degenerativa, etc. Sin duda, estas situaciones pueden llegar a desbordar a la persona, no sólo por el *shock* traumático, sino por el proceso de adaptación y cambio a una nueva forma de vida que debe experimentar tanto el afectado como los que le rodean. Así, aunque una

discapacidad es dolorosa en cualquier periodo de la vida, si ésta es sobrevenida puede incrementar un mayor nivel de desajuste al comparar la vida antes con la de después de ese suceso traumático. De esta manera, se desencadenan cambios en la vida de los afectados, que pasan bruscamente de vivir de forma sana e independiente a depender de los familiares o de cuidadores para llevar a cabo sus actividades de la vida diaria, y por tanto, necesitar adaptarse a nuevas formas de vida y de relación con el entorno (Wyndaele y Wyndaele, 2006).

Por tanto, con el propósito de profundizar sobre el empoderamiento en las personas con discapacidad en las diferentes condiciones expuestas y dada la importancia de establecer programas que fomenten esta potencialidad en las personas con discapacidad, el objetivo general de este trabajo consiste en describir y comparar el nivel de empoderamiento en estas personas en función de la tipología de la discapacidad (motora, intelectual, visual y auditiva), así como del grado y de la etapa en la que adquirieron ésta (discapacidad desde el nacimiento o discapacidad sobrevenida a lo largo de la vida). Así, este objetivo se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- Comparar si el grado de esta fortaleza difiere en función del tipo de discapacidad.
- Examinar si existen diferencias en el grado de empoderamiento según la etapa en que se adquiere la discapacidad.

1. Método

1.1. Participantes

La muestra estuvo formada por 98 personas con discapacidad (véase tabla 1), correspondiendo el 52% (n=51), al género masculino, y el 48% (n=47) al femenino, con edades comprendidas entre 18 y 35 años destacando el rango 18 a 25 como la edad más frecuente (37.8%).

Tabla 1. Datos sociodemográficos

Perfil sociodemográfico		N	%
Etapa de discapacidad	Discapacidad adquirida	51	52,0
	Discapacidad sobrevenida	47	48,0
Tipo de discapacidad	Auditiva	30	30,6
	Intelectual	23	23,5
	Visual	22	22,4
	Física	23	23,5
Grado de discapacidad	25 o menos	31	31,6
	Del 25 al 50	16	16,3
	Entre 51 y 75	28	28,6
	Más del 75	23	23,5
Total		98	100,0

1.2. Instrumentos

Para realizar el estudio se utilizaron dos instrumentos, el primero, un breve cuestionario para obtener el perfil sociodemográfico. Para estimar el grado de empoderamiento se utilizó la escala elaborada por Rogers, Chamberlin, Ellison y Crean (1997), diseñada para medir el nivel de esta potencialidad. Ésta fue traducida al castellano. La escala está formada por un total de 28 ítems, con respuesta tipo Lickert de 4 puntos (0=nada de acuerdo, 3=muy de acuerdo). La información solicitada recoge aspectos en relación a la percepción del propio sujeto en función de la capacidad para la toma de decisiones. La puntuación máxima es de 84 puntos, no obstante para establecer una medida de corte se dividió esta puntuación en tres rangos, esto es, nivel bajo= de 0 a 27, nivel medio= de 28 a 56 y nivel alto= de 57 a 84.

1.3. Procedimiento

El procedimiento de recogida de información consistió en la aplicación de la escala a la muestra de participantes. El acceso fue relativamente sencillo, la muestra procedía de diversas asociaciones y el investigador tenía acceso directo a éstas. En el contacto inicial se les explicó el objetivo del estudio y a continuación se les propuso su participación voluntaria, tras la cual se procedió al pase grupal de los cuestionarios. El proceso de recolección se ajustó a criterios éticos mediados por carta de consentimiento. Asimismo, la aplicación se adaptó a las condiciones de cada sujeto. El tiempo estimado de aplicación fue aproximadamente de 15 minutos. Los evaluadores fueron previamente

entrenados en la aplicación del instrumento. La recopilación de datos se llevó a cabo entre enero y septiembre del 2012.

1.4. Análisis estadísticos

Para comprobar si existían diferencias a nivel estadísticamente significativo se utilizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para la variable de dos grupos, esto es, la etapa en la que se adquirió la discapacidad. Para las variables de más de 2 grupos se utilizó la prueba de Kruskal Wallis. Posteriormente, los contrastes *post hoc* se realizaron con la prueba U de Mann-Whitney, y el ajuste de Bonferroni. Se emplearon pruebas no paramétricas porque las variables no cumplían los supuestos de homocedasticidad de varianza, ni de normalidad de las distribuciones. Esto se comprobó a través de la prueba de Levene y de Kolmogorov-Smirnov respectivamente. El nivel de confianza empleado para juzgar la significación estadística fue del 95%, en todos los análisis.

2. Resultados

En primer lugar, los resultados indicaron que los participantes mostraron un nivel alto de empoderamiento ($M=56.76$, $D.T=10.44$).

Tabla 2. Índices medios de empoderamiento según tipología, grado y etapa de discapacidad

Tipo de discapacidad													
		Factor 1		Factor 2		Factor 3		Factor 4		Factor 5		Total	
	N	M	D. T	M	D. T	M	D. T	M	D. T	M	D. T	M	D.T
<i>Auditiva</i>	30	15.3 0	4.4 4	15.17	2.4 2	10.63	3.3 6	4.00b	1.2 0	3.40	0.9 7	48.50b d	10.1 9
<i>Intelectual</i>	23	13.5 2ab	4.3 2	15.13 a	2.5 5	9.26a b	3.2 2	3.74a	1.2 9	3.17 a	0.9 4	44.83a c	9.92
<i>Visual</i>	22	17.8 2a	3.1 7	16.23	3.2 2	12.00 a	2.8 6	4.55	1.1 4	3.91 a	0.9 2	57.50c d	8.53
<i>Física</i>	23	17.5 2b	4.4 8	17.74 a	2.7 5	11.91 b	3.2 0	5.00a b	1.1 3	3.87	0.6 9	58.04a b	9.45
<i>Total</i>	98	15.9 7	4.4 5	16.00	2.8 8	10.92	3.3 2	4.30	1.2 7	3.57	0.9 3	56.76	10.4 4
χ^2		21.115**		13.548*		15.048		14.882		11.252		20.720**	
Sig.		.000		.004		.002		.002		.010		.000	

Etapa de la discapacidad													
<i>Discapacidad adquirida</i>	5 1	14,25	4,63	15,1 2	2,84	9,76	3,42	5,84	1,2 1	3,29	,86	48.27	10.5 0
<i>Discapacidad sobrenvenida</i>	4 7	17.83	3.41	17.9 6	2.64	12.1 7	2.73	6.79	1.1 6	3.87	.92	57.61	8.58
<i>U</i>		594.50**		693.50**		663.50**		690.50**		785.50*		535.50**	
<i>Sig.</i>		.000		.000		.000		.000		.007		.000	

Factor 1: Autoestima-Autoeficacia; Factor 2: Poder/Impotencia; Factor 3: Activismo comunitario-Autonomía; Factor 4: Optimismo-Control sobre el futuro; Factor 5: Ira apropiada.

(aa, bb...) Pares de letras iguales en cada columna indican diferencias estadísticamente significativas entre las medias de los grupos en cada factor; (**)= Nivel de Significación de .001; (*)= Nivel de Significación de .05.

Tal y como se comprueba al analizar el grado de empoderamiento según la *tipología de la discapacidad*, los resultados indicaron diferencias estadísticamente significativas, $\chi^2(3)=20.720$, $p<.000$, destacando el grupo con discapacidad motora ($M=58.04$, $D.T=9.45$) y el de discapacidad visual ($M=57.50$, $D.T=8.53$), con respecto a la discapacidad intelectual y auditiva en un nivel mayor de esta capacidad. Al examinar los factores, se observó que en los cinco factores se observaron diferencias estadísticamente significativas, mostrando índices medios más elevados los participantes con discapacidad motora y visual.

Al examinar las medias de empoderamiento en función de la etapa en la que se adquirió la discapacidad se observó un índice más elevado en los participantes con discapacidad sobrenvenida ($M=57.61$, $D.T=8.58$), $U(98)=535.50$, $p<.001$. Con respecto a cada uno de los factores en función de esta variable, las medias indicaron diferencias estadísticamente significativas en todos los factores, siendo los participantes con discapacidad sobrenvenida los que mostraron mayor empoderamiento en cada uno de ellos.

Conclusiones

En este estudio se optó por explorar el empoderamiento que desarrollan las personas con discapacidad en diferentes situaciones, la primera de ellas según la tipología y segundo, en función de la faceta de la vida en la que se adquiere la discapacidad.

Así, como se comprueba en los resultados de la escala, parece que, de forma general, el grado de empoderamiento de los participantes se encuentra moderadamente alto. En línea con esto, otros autores también han encontrado asociación entre personas con discapacidad y altos niveles de empoderamiento, concretamente en personas con discapacidad intelectual observándose en la mayoría, sentimientos de control de sus vidas, un alto nivel de autoestima y reacciones relativamente indiferentes al estigma (Corrigan, 2002; Rodríguez Cárdenas y González Bernal, 2012).

De estos resultados, se desprende la idea de que la experiencia de vivir con una discapacidad, lejos de hundir a la persona, parece que pone en marcha un proceso de lucha para superar esta problemática y afrontar con éxito los obstáculos que lleva añadidos (Saavedra y Villalta, 2008).

Con respecto a las características de la discapacidad que pueden potenciar más el desarrollo de empoderamiento se observan los siguientes resultados:

En referencia a esta capacidad según la tipología de la discapacidad, se comprueba que las puntuaciones más altas corresponden a los jóvenes con discapacidad motora y visual, mientras que desde la discapacidad auditiva e intelectual se revelan puntuaciones inferiores. Esto se refleja en las dos dimensiones primeras como es la Autoestima-Autoeficacia y el Poder/Impotencia.

Aunque estos resultados no puedan quedar respaldados por los de otros autores debido a la inexistencia de estudios de referencia, es posible que la explicación de esto pueda quedar resguardada por la visibilidad de la discapacidad y el papel del entorno. Así, cada vez más, desde diferentes sectores de los ámbitos sociales y políticos se está fomentando el derecho de las personas con discapacidad a la inclusión social y con ello, a que la sociedad tome mayor conciencia en ofrecer apoyo para la plena integración psicosocial de este colectivo (Córdoba, Verdugo y Gómez, 2006; Giné et al, 2013; Verdugo, 2009; Verdugo, Arias, Ibanez y Schalock, 2010).

En este sentido, desde las discapacidades más visibles, como puede ser una discapacidad motora o una discapacidad visual, se refleja con más nitidez la necesidad de ese apoyo y, por tanto, que el entorno cercano del afectado se vuelque con más probabilidad a ofrecer este apoyo. Esto desemboca que, independientemente de que la persona con discapacidad utilice las ayudas disponibles, si perciba que dispone de apoyo.

Sin embargo, existen otras discapacidades que son invisibles como la discapacidad intelectual (Balcells-Balcells, Giné, Guàrdia-Olmos y Summers, 2011;

Vega, Jenaro Río, Cruz y Flores Robain, 2011) o la discapacidad auditiva (Juárez Sánchez, Padilla Góngora, Martínez Cortes, López Liria, 2010; Rom y Silvestre, 2012). Este tipo de discapacidades pasan desapercibidas en muchos casos por la sociedad o incluso, si éstas se observan, no muestran aparentemente barreras o limitaciones derivadas de su discapacidad, no reflejándose necesidad de apoyo y, por tanto, que el resto de personas no se involucren desprotegiendo en mayor medida a la persona con esta problemática (Gladstone, Boydell y McKeever , 2006; Hage, Charlier y Leybaert, 2006).

Finalmente, al profundizar en esta capacidad en función de la etapa en la que se adquiere la discapacidad observamos que los participantes con discapacidad sobrevenida a lo largo de la vida mostraron niveles más altos de empoderamiento.

En línea con otros estudios (Saavedra y Villalta, 2008; Suriá, 2013), no es lo mismo afrontar la situación de discapacidad cuando ésta es de nacimiento, que cuando se adquiere posteriormente, pues en el primer caso la persona suele establecer una relación más cercana con sus limitaciones minimizándolas tanto física como psicológicamente, sin embargo, en el caso de las personas que adquieren la discapacidad a lo largo de la vida, las condiciones son diferentes en tanto que la asimilación se vuelve más compleja en la medida que la persona ha generado aprendizajes, adaptaciones y repertorios asociados con la presencia o funcionalidad del cuerpo que, en un momento dado pierde esa funcionalidad, generando un proceso de cambio y adaptación. Es por ello que, frente a estas circunstancias, es posible que surjan ideas, habilidades y conocimientos que reconduzcan a la persona con la vida con el impulso de crecer y superar la infinidad de situaciones difíciles a las que se enfrenta.

Por tanto, es precisamente en el colectivo de la discapacidad donde el fomento y desarrollo del empoderamiento es necesario, no solo como elemento de superación, sino también como fenómeno en el que hay que profundizar con el objetivo de que en cualquier programa de intervención se fomente la construcción y desarrollo de esta capacidad entre las personas que conviven con esta situación.

Bibliografía

- Balcells-Balcells, A., Giné, C., Guàrdia-Olmos, J. y Summers. J. A. (2011). Family quality of life: adaptation to Spanish population of several family support questionnaires. *Journal of Intellectual Disability Research*, 55(12), 1151-1163.
- Bertely Busquets, M. (2003). Educación y Diversidad Cultural. En Bertely Busquets, M. (coord.): *Educación, derechos sociales y equidad* (pp. 3-238). México: COMIE.

- Córdoba, L., Verdugo, M.A. y Gómez, J. (2006). Adaptación de la Escala de Calidad de Vida Familiar en Cali (Colombia). En Verdugo, M.A. (Dir.), *Cómo mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, Instrumentos y estrategias de evaluación*, (pp, 273-298), Salamanca: Amarú.
- Corrigan, P. (2002). Empowerment and serious mental illness: treatment partners-hips and community opportunities. *Psychiatric Q*, 73(3), 217-228.
- Giné, C. y Vilaseca, R. et al. (2013). Spanish Family Quality of Life Scales: Under and Over 18 years old. *Journal of Intellectual and Developmental Disability*, 38(2), 1-8.
- Gladstone, B.M., Boydell, K.M. y McKeever, P. (2006). Recasting research into children's experiences of parental mental illness: Beyond risk and resilience. *Social Science & Medicine*, 62, 2540-2550.
- Hage, C., Charlier, B. y Leybaert, J. (2006). *Compétences cognitives, linguistiques et sociales de l'enfant sourd*. Sprimont (B): Mardaga.
- Juaréz Sanchez, A., Padilla Góngora, D. Matínez Cortes, A.C. López Liria, R. (2010). Percepción social de la sordera en el entorno escolar: proceso de elaboración de un cuestionario de evaluación. *Revista de Logopedia, Foniatria y Audiología*, 30(3), 120-129.
- Kay, S. (1998). Empowerment and political Kind: The role of disabilities service organization encouraging people with disabilities to vote. *Journal of Rehabilitation*, 64(2), 33-37.
- López Peláez, A. y Segado Sánchez-Cabezudo, S. (2012). Empowerment and social work with families. En: Moreno, A. (Coord.), *Family Well-Being: European Perspectives, Social Indicators Research* (pp, 277-301). New York: Springer.
- Rodríguez Cárdenas, D.E. y González Bernal, M.R. (2012). Exploración de la experiencia de empoderamiento en personas con discapacidad física integradas al aula regular. *Psicogente*, 15(27), 153-167.
- Rogers, E.S., Chamberlin, J., Ellison, M. L. y Crean, T. (1997). A consumer-constructed scale to measure empowerment among users of mental health services. *Psychiatric Service*, 48(8), 1042-1047.
- Röger, U., Rütten, A., Frahsa, A., Abu-Omar, K. y Morgan, A. (2011). Differences in individual empowerment outcomes of socially disadvantaged women: Effects of mode of participation and structural changes in a physical activity promotion program. *International Journal Public Health*, 56(5), 465-73.
- Rom, M. y Silvestre, N. (2012). The social relationships between deaf adolescents and their hearing classmates. *Infancia y Aprendizaje*, 35(1), 5-22.
- Saavedra, E. y Villalta, M. (2008). Estudio comparativo en resiliencia con sujetos discapacitados motores. *Revista Investigaciones en Educación*, 8, 81-90.
- Suriá, R. (2013). Análisis comparativo de la fortaleza en padres de hijos con discapacidad en función de la tipología y la etapa en la que se adquiere la discapacidad. *Anuario de Psicología*, 43(1), 23-37.
- Vega, V., Jenaro Río, C., Cruz, M. y Flores Robain, N. (2011). Quality of Life of Adults with Intellectual Disability in Chilean Permanent Residential Centers. *SIGLO CERO Revista Española sobre Discapacidad Intelectual*, 42(238), 26-38.
- Verdugo, M.A. (2009). *Cómo mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, Instrumentos y estrategias de evaluación*. Salamanca: Amaru Ediciones.
- Verdugo, M.A., Arias, B., Ibanez, A. y Schalock, R. L. (2010). Development of an objective instrument to assess quality of life in social services: Reliability and

validity in Spain. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 10, 105-123.

Weissenberg, R. (1999). *The politics of empowerment*. Westport, CT: Praeger.

Wyndaele, M. y Wyndaele, J. (2006). Incidence, prevalence and epidemiology of spinal cord injury: What learns a worldwide literature survey? *Spinal Cord*, 44(9), 523-529.

Biografía

Raquel Suriá Martínez es Doctora en Psicología y Profesora en Dpto. de Comunicación y Psicología Social (desde 2008 en la Universidad de Alicante). Asimismo, es tutora en la Universidad Nacional de Educación a Distancia UNED (centro asociado de Elche) de las asignaturas de Psicología del Desarrollo I y II. Las líneas de investigación se enmarcan dentro de la Psicología Social y la Salud destacando su principal interés sobre riesgo de exclusión, discapacidad e integración. En el área de Psicología, es directora del Proyecto I+D: “Estudiantes con discapacidad, empoderamiento e inserción laboral”. En el área de Educación, es miembro del grupo de investigación Recursos didácticos digitales en Psicología Social (GITE) de esta misma universidad. Correo electrónico: raquel.suria@ua.es.

Ana María Rosser Limiñana es doctora en Psicología y Profesora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante, donde coordina el Grupo de investigación en *Intervención psicosocial con familias y menores* (IPSIFAM) y dirige el título propio de postgrado en *Infancia y juventud en riesgo social*. Cuenta con numerosos trabajos y contribuciones a congresos y seminarios sobre maltrato infantil, violencia de género, protección a la infancia, acogimiento y adopción, jóvenes infractores, entre otros. Ha participado en proyectos nacionales y europeos sobre estos temas. Actualmente dirige el proyecto “Estrategias para intervenir con menores expuestos a violencia de género” financiado por la Generalitat Valenciana (GV 2014/90). Correo electrónico: ana.rosser@ua.es.

Estilos de empoderamiento y factores sociodemográficos en jóvenes con discapacidad

Styles of empowerment and sociodemographic factors in Young people with disabilities

Raquel Suriá Martínez, Universidad de Alicante

Ana Rosser Limiñana, Universidad de Alicante

Resumen

Introducción. El concepto de empoderamiento está cobrando interés en los programas de apoyo hacia la integración psicosocial de las personas con discapacidad. Esta capacidad implica la posesión de múltiples habilidades que ayudan a las personas a afrontar la adversidad, por lo que el desarrollo de esta capacidad puede ser prioritario entre estas personas para mejorar su calidad de vida.

Objetivos. Los objetivos del estudio son analizar la capacidad de empoderamiento de un grupo de personas con discapacidad en función de la edad, nivel de estudios, ocupación y redes de apoyo.

Metodología. Participaron 98 jóvenes con diferentes tipos de discapacidad (física, intelectual, visual y auditiva). Contestaron la versión española adaptada de la Escala de Rogers, Chamberlin, Ellison y Crean (1997), que es diseñada para medir esta capacidad.

Resultados. Los resultados indicaron altos niveles de esta capacidad entre las personas con discapacidad observándose en mayor medida en los participantes con ocupación.

Conclusiones. Esto nos sugiere que esta capacidad puede evolucionar y de ahí la importancia de fomentarla en programas de intervención-acción.

Palabras clave

Discapacidad; jóvenes; empoderamiento; potenciación; calidad de vida.

Abstract

Introduction. The concept of empowerment is gaining interest in the programs of support toward the psychosocial integration of people with disabilities. This skill concept involves the possession of multiple skills that help people cope with adversity, that is why the development of empowerment can be high among these people to improve their quality of life.

Objectives. The objectives of the study discuss the ability to empower a group of people with disabilities in terms of age, education, occupation and support groups.

Methodology. Involving 105 people with different types of disabilities (physical, intellectual, visual and auditory), they answered the adapted Spanish version of the empowerment Scale Rogers, Chamberlin, Ellison y Crean (1997), designed to measure this capacity.

Results. Various analysis indicated high levels of the capacity of youth, showing a greater extent in people with acquired disability as well as motor and visual disabilities. The results indicated high levels of this capacity among people with disabilities, further observed in participants with occupation.

Conclusions. These results suggest that this ability can evolve and hence the importance of promoting it in programs encouraged in-action.

Keywords

Disability; empowerment; young people; development; quality of life.

Introducción

En los últimos años, el interés por fomentar la integración de las personas con discapacidad en todos los ámbitos de la vida se ha incrementado considerablemente (Gómez, Verdugo, Arias y Navas, 2008; Montalbá Ocaña, 2013).

Entre los enfoques de más transcendencia en la temática de la discapacidad destaca el modelo psicosocial. Desde este modelo, lo que se defienden son los derechos de personas con discapacidad y su lucha por la igualdad de oportunidades (Fernández Rodríguez y Peñasco Velasco, 2013). De este modo, el “problema” no es la persona con discapacidad, sino más bien la sociedad en la que vive, por no proveer las condiciones (eliminación de barreras arquitectónicas, intérpretes de lenguaje de signos, etc.) y de este modo, discapacitando a la persona, al obstaculizar su integración en la sociedad.

De esta forma, se desafía el retrato negativo de las personas con discapacidad, apuntado a visibilizar sus capacidades, con el propósito de potenciar no sólo sus capacidades para desempeñar un papel activo en las actividades cotidianas y sociales sino también en la planificación de los servicios y programas en los que están involucrados.

En este sentido, uno de los elementos que ha cobrado relevancia a partir de este enfoque es el de empoderamiento (*empowerment*). Se podría definir que este término hace referencia al potencial de cada persona para alcanzar metas y objetivos definidos por ellas mismas abordando la vida en términos de oportunidades personales y sociales (Rappaport, 1984; Segado, 2011).

Por tanto, el proceso de empoderamiento significa vencer una situación de impotencia y adquirir control sobre la propia vida. Dicho proceso comienza por la definición individual de las necesidades y objetivos deseados centrándose en el desarrollo de las capacidades y recursos que lo apoyen (López Peláez y Segado Sánchez-Cabezudo, 2012). También está dirigido a ayudar a la autodeterminación y autonomía para que pueda ejercer más influencia en la toma de decisiones y, de esta forma, mejorar su autoestima, autonomía y, en general, la calidad de vida.

El empoderamiento como constructo no es algo nuevo, de hecho, ha sido utilizado en diversas disciplinas con el propósito de comprender y fomentar la integración de colectivos en desventaja o vulnerabilidad social como en minorías étnicas (Weissenberg, 1999), en mujeres (Gallway y Bernasek, 2004), y en personas con discapacidad (Balcázar, Keys y Suárez-Balcázar, 2001). Sin embargo, la mayor parte de

la literatura sobre este tema se ha dedicado a describir el proceso, sin profundizar en que factores pueden fomentar su desarrollo, pero, ¿qué características potencian esta capacidad?, ¿cómo puede potenciarse?, ¿tener estudios?, ¿trabajo?, ¿una ocupación?, ¿red de apoyo?

Con el objetivo de dar respuesta a estos interrogantes desde este trabajo se plantea averiguar si existen características que potencien el desarrollo de su capacidad de empoderamiento, por tanto los objetivos que se persiguen se indican a continuación:

- 1.- Medir el nivel de empoderamiento de un grupo de personas con discapacidad.
- 2.- Comparar si el grado de empoderamiento difiere en función de algunas variables de las personas con discapacidad, esto es, según:
 - Edad
 - Nivel formativo
 - Situación laboral
 - Ocupación
 - Redes socio afectivas

1. Método

1.1. Participantes

La muestra estuvo formada por 98 personas con discapacidad (véase tabla 1), correspondiendo el 52% (n = 51), al género masculino, y el 48% (n = 47) al femenino, con edades comprendidas entre 18 y 35 años destacando el rango 18 a 25 como la edad más frecuente (37.8%).

Tabla 1. Datos sociodemográficos

<i>Tipo de discapacidad</i>	Física	30	30.6
	Intelectual	23	23.5
	Visual	22	22.4
	Auditiva	23	23.5
<i>Formación</i>	Primaria-EGB	24	24.5
	Secundaria	36	36.7
	FP	23	23.5
	Universitarios	15	15.3
<i>Situación laboral</i>	Estudiando	32	32.7
	Desempleado	12	12.2
	Trabajando	38	38.8
	Incapacidad laboral	16	16.3
	Total	98	100.0

1.2. Instrumentos

Para realizar el estudio se utilizaron dos instrumentos, el primero, un breve cuestionario para obtener el perfil sociodemográfico. Para estimar el grado de empoderamiento se utilizó el cuestionario elaborado por Rogers, Chamberlin, Ellison y Crean (1997). Éste fue traducido al castellano. El cuestionario está formado por un total de 28 ítems, con respuesta tipo Lickert de 4 puntos (0 = nada de acuerdo, 3 = muy de acuerdo). La información solicitada recoge aspectos en relación a la percepción del propio sujeto en función de la capacidad para la toma de decisiones. La puntuación máxima en la escala es de 84 puntos, no obstante, para establecer una medida de corte se dividió esta puntuación en tres rangos, esto es, nivel bajo= de 0 a 27, nivel medio= de 28 a 56 y nivel alto= de 57 a 84.

Se eligió este cuestionario siguiendo varios criterios: por su fácil aplicación, por estar validado para población joven y adulta y, finalmente, por las propiedades psicométricas que muestra la versión original (Rogers et al, 1997). Así, se ha indicado una fiabilidad del 86% ($\alpha=.86$) y la validez mostró una varianza explicada del 53.9%.

1.3. Procedimiento

El procedimiento de recogida de información consistió en la aplicación de la escala a la muestra de participantes. La muestra procedía de diversas asociaciones y los investigadores tenían vinculación directa con éstas. En el contacto inicial se les explicó el objetivo del estudio y, a continuación, se les propuso su participación voluntaria en el estudio, tras la cual se procedió al pase grupal de la escala. El proceso de recolección se ajustó a criterios éticos mediados por una carta de consentimiento. Asimismo, la aplicación se adaptó a las condiciones de cada sujeto. El tiempo estimado de aplicación fue aproximadamente de 15 minutos. La recopilación de datos se llevó a cabo entre enero y junio del 2013.

1.4. Análisis estadísticos

Para comprobar si existían diferencias estadísticamente significativas se utilizó la prueba no paramétrica de Kruskal Wallis. Posteriormente, los contrastes *post hoc* se realizaron con la prueba U de Mann-Whitney, y el ajuste de Bonferroni. Se emplearon pruebas no paramétricas porque las variables no cumplían los supuestos de homocedasticidad de varianza ni normalidad de las distribuciones. Esto se comprobó a través de la prueba de Levene y de Kolmogorov-Smirnov respectivamente. Finalmente,

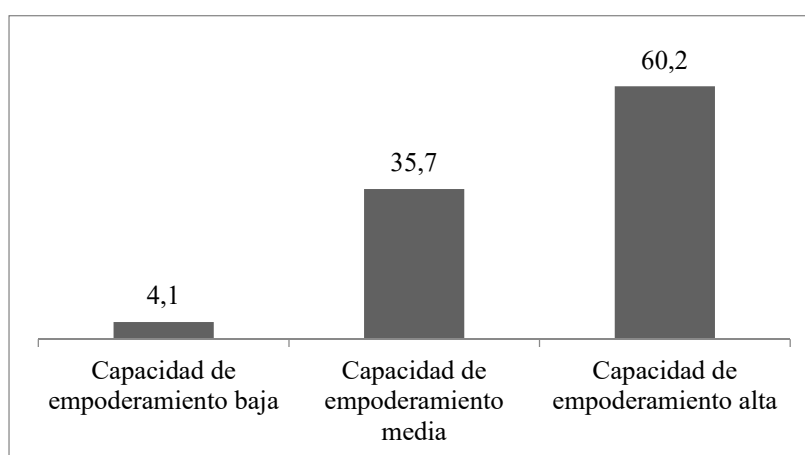
para hallar la relación se utilizó la ρ de Spearman. El nivel de confianza empleado para juzgar la significación estadística fue del 95%, en todos los análisis.

Una vez recolectados los datos se analizaron por medio del paquete estadístico SPSS versión 19.0.

2. Resultados

En primer lugar, los resultados indicaron que el 60.2% de los participantes mostraron una capacidad de empoderamiento elevada, el 35.7% media y un 4.1% baja.

Figura 1. Capacidad de empoderamiento



Al examinar que variables independientes influyen de manera diferente en el desarrollo de esta capacidad, se observaron los siguientes resultados:

Con respecto al nivel de empoderamiento en función de *la edad*, los resultados no indicaron diferencias estadísticamente significativas en las puntuaciones, $\chi^2 (2, 98) = 3.973, p = .137$.

En referencia al nivel de empoderamiento según el *nivel de estudios* la prueba arrojó diferencias estadísticamente significativas observándose que el grupo de universitarios indicó una media más elevada que el resto ($M = 53.93, DT = 6.68$), $\chi^2 (3, 98) = 12.216, p < .05$. Al comparar los cuatro grupos por pares, se encontró que las personas que estudiaban primaria tenían un nivel inferior de empoderamiento al compararlos con el resto de grupos.

Del mismo modo, la prueba para comparar los índices medios de los grupos en función de la *situación laboral* indicó un resultado estadísticamente significativo $\chi^2 (3, 98) = 11.248, p < .05$. Una vez realizadas las comparaciones *post hoc*, se encontró que los

participantes que indicaron tener una situación laboral activa, esto es, que estaban trabajando, mostraron mayor nivel de esta capacidad ($M = 53.92$, $DT = 9.49$), seguidos de los que estaban estudiando ($M = 52.75$, $DT = 10.05$).

Finalmente, al examinar las puntuaciones de empoderamiento en función de las *redes sociales*, no se observaron diferencias estadísticamente significativas en función de esta variable.

Tabla 2. Índices medios de empoderamiento según edad, nivel de estudios, ocupación e ingresos

<i>V.I.</i>		<i>N</i>	<i>M</i>	<i>D.T</i>	<i>K</i>	<i>Sig.</i>
<i>Edad</i>	18-25	37	48.62	10.84	3.973	.137
	26-35	29	53.75	10.73		
	36-45	32	50.50	9.30		
<i>Nivel de estudios</i>	Primaria-EGB	24	44.37abc	8.69	12.216	.007*
	Secundaria	36	52.69b	10.05		
	FP	23	52.30c	12.35		
	Universitarios	15	53.93a	6.68		
<i>Situación laboral</i>	Estudiando	32	52.75de	13.14	11.248	.010*
	Desempleado	12	46.91df	9.99		
	Trabajando	38	53.92fg	9.49		
	Pensionista	16	46.68eg	9.04		
<i>Redes sociales frecuentes</i>	Familia	35	49.62	10.32	4.972	.128
	Amigos	31	51.40	10.70		
	Asociación	32	50.56	9.69		

(aa, bb...) Pares de letras iguales en cada columna indican diferencias estadísticamente significativas entre las medias de los grupos en cada factor; (**)= Nivel de Significación de .001; (*)= Nivel de Significación de .05.

Conclusiones

Los resultados indican que, de forma general, el grado de empoderamiento de los participantes se encuentra entre moderado y alto. Esto, está en línea con otros autores los cuales han encontrado en personas con discapacidad altos niveles de empoderamiento, concretamente en personas con discapacidad mental observándose en la mayoría sentimientos de control de sus vidas, un alto nivel de autoestima y reacciones relativamente indiferentes al estigma (Corrigan y Gelb, 2006; Rodríguez Cárdenas y González Bernal, 2012).

Al profundizar en las variables que puedan influir en un mayor o menor grado de empoderamiento, esto es, al nivel de formación, la ocupación y el nivel de ingresos, los resultados indican lo siguiente:

En lo que concierne al nivel de formación, se observa que los participantes muestran diferencias en esta capacidad, señalando los resultados que a mayor nivel de estudios más nivel de empoderamiento.

En este contexto, el papel de la formación toma especial relevancia en cuanto que va a posibilitar tener mayor conocimiento sobre cualquier situación, toma de decisiones y, en general, que la persona se desenvuelva de manera más exitosa en todos los ámbitos de la vida (Suriá, Bueno y Rosser, 2011).

También se observan diferencias al examinar la variable ocupación, puesto que los participantes que se encuentran en una situación laboral activa indican mayor grado de fortaleza.

Esto evidencia la importancia de fomentar la idea de que este colectivo tenga una situación aboral activa en cuanto que, además de generar ingresos, proporciona una importante vía de desarrollo personal y una incorporación plena a nuestra sociedad. Así, el trabajo más que un fin en sí mismo, es un medio para conseguir diferentes aspectos como son: una imagen más positiva y útil de uno mismo, el reconocimiento social, la estructuración del tiempo, la pertenencia a un grupo social, el aumento en la cantidad y calidad de interacciones sociales y la independencia económica (Pallisera, 2006; Verdugo, 2009).

En lo que respecta a la satisfacción con sus redes sociales más próximas, esto es la familia, amigos y la red asociativa a la que pertenecen se observa que cobran un papel clave en el desarrollo de esta fortaleza. Así, se observa una mayor relación entre altos niveles de empoderamiento y alto grado de satisfacción con la familia. Esto convierte a la familia en un sistema que participa de manera permanente en el proceso de desarrollo y crecimiento de la persona con alguna discapacidad, y la transcendencia por tanto, que tienen para la persona con discapacidad a la hora de fomentar sus recursos emocionales, psicológicos e intelectuales (Leal, 2008; López Peláez y Segado Sánchez-Cabezudo, 2012).

A partir de estos resultados y tal como indican Vázquez y Hervás (2009), la fortaleza y el bienestar subjetivo de las personas es el resultado de una ecuación en la que las circunstancias vitales (dentro de las cuales se incluye la propia discapacidad) solo tendrían un peso del 10% sobre el total. Mientras que la personalidad tendría un peso del 50%, entendiendo por personalidad los rasgos psicológicos más estables y más difícilmente modificables, producto de la historia de aprendizaje de las personas. Finalmente, quedaría un 40% del bienestar en el que tendrían cabida elementos

intencionales como la ocupación, hábitos, formación, que son modificables. Por ende, estos resultados sugieren que el peso que cobran estos últimos a la hora de superar los obstáculos y con ello, mejorar la calidad de vida son los que parecen cobrar mayor relevancia puesto que dependen, casi en su totalidad, de uno mismo.

Por lo tanto, tal y como sugiere este estudio, la necesidad de potenciar esta capacidad en las personas con discapacidad radica en primer lugar, por la mejora en el desarrollo psicosocial y en general, en la calidad de vida de este colectivo, a la vez, cuanto más se incremente la participación de estas personas en todas las actividades de la vida, antes se eliminarán los temores y mitos discriminantes y aún existentes en la sociedad, y con ello, a que se acelere el proceso de normalización (Verdugo, 2009).

Bibliografía

- Corrigan, P. y Gelb, B. (2006). Three programs that use mass approaches to challenge the stigma of mental illness. *Psychiatr Serv*, 7(3), 393-398.
- Fernández Rodríguez, J. y Peñasco Velasco, R. (2013). La heterogeneidad conceptual del tercer sector. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 20, 91-111.
- Gallway, J. y Bernasek, A. (2004). Literacy and women's empowerment in Indonesia: implications for policy. *Journal of Economic Issues*, 38(1), 519-525.
- Gómez, L. E., Verdugo, M. A., Arias, B. y Navas, P. (2008). Evaluación de la calidad de vida en personas mayores y con discapacidad: la Escala Fumat Evaluation of the quality of life in older persons and with disability: the Fumat Scale. *Intervención Psicosocial*, 17(2), 189-199.
- Leal, L. (2008). *Un enfoque de la discapacidad intelectual centrado en la familia* (trad. cast de M.-C. Cuenca E.J. Fernández). Madrid: FEAPS. Confederación Española de Organizaciones a favor de las personas con Discapacidad Intelectual.
- López Peláez, A. y Segado Sánchez-Cabezudo, S. (2012). Empowerment and social work with families. En: Moreno, A. (Coord.), *Family Well-Being: European Perspectives. Social Indicators Research* (pp. 277-301). New York: Springer.
- Montalbá Ocaña, C. (2013). Aplicación del sistema de promoción de la autonomía personal y atención a personas en situación de dependencia en la Comunitat Valenciana: efectos sobre el ejercicio del derecho social. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 20, 163-186.
- Pallisera, M. (2006). El Trabajo con Apoyo y la Inserción Laboral de las Personas con Discapacidad. Algunas aportaciones a partir de una nueva investigación. *Revista Educación Social: Educación Social y Personas con Discapacidades*, 5, 48-62.
- Rappaport, J. (1984). Studies in empowerment: Introduction to the issue. *Prevention in Human Services*, 3, 1-7.
- Rodríguez Cárdenas, D. E. y González Bernal. M.R. (2012). Exploración de la experiencia de empoderamiento en personas con discapacidad física integradas al aula regular. *Psicogente*, 15(27), 153-167.
- Rogers, E. S., Chamberlin, J., Ellison, M. L. y Crean, T. (1997). A consumer-constructed scale to measure empowerment among users of mental health services. *Psychiatric Service*. 48(8), 1042-1047.
- Segado, S. (2011) *Nuevas tendencias en Trabajo Social con Familias: una propuesta para la práctica desde el empowerment*. Madrid: Trotta.

- Suriá, R. Bueno, A. y Rosser, A. (2011). Prejuicios entre los estudiantes hacia las personas con discapacidad: Reflexiones a partir del caso de la Universidad de Alicante. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 75-90.
- Vázquez, C. y Hervás, G. (2009). *La ciencia del bienestar*. Madrid: Alianza Editorial.
- Verdugo, M. A. (2009). Cómo mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad. Instrumentos y estrategias de evaluación. Salamanca: Amaru Ediciones.
- Weissenberg, R. (1999). *The politics of empowerment*. Westport, CT: Praeger.

Biografía

Raquel Suriá Martínez es Doctora en Psicología y Profesora en Dpto. de Comunicación y Psicología Social (desde 2008 en la Universidad de Alicante). Asimismo, es tutora en la Universidad Nacional de Educación a Distancia UNED (centro asociado de Elche) de las asignaturas de Psicología del Desarrollo I y II. Las líneas de investigación se enmarcan dentro de la Psicología Social y la Salud destacando su principal interés sobre riesgo de exclusión, discapacidad e integración. En el área de Psicología, es directora del Proyecto I+D: “Estudiantes con discapacidad, empoderamiento e inserción laboral”. En el área de Educación, es miembro del grupo de investigación Recursos didácticos digitales en Psicología Social (GITE) de esta misma universidad. Correo electrónico: raquel.suria@ua.es.

Ana María Rosser Limiñana es Doctora en Psicología y profesora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante donde coordina el Grupo de investigación en *Intervención psicosocial con familias y menores* (IPSIFAM) y dirige el título propio de postgrado en *Infancia y juventud en riesgo social*. Cuenta con numerosos trabajos y contribuciones a congresos y seminarios sobre maltrato infantil, violencia de género, protección a la infancia, acogimiento y adopción, jóvenes infractores, etc. Ha participado en proyectos nacionales y europeos sobre estos temas. Actualmente dirige el proyecto “Estrategias para intervenir con menores expuestos a violencia de género”, financiado por la Generalitat Valenciana (GV 2014/90). Correo electrónico: ana.rosser@ua.es.

Voces desde los muros. Análisis de las experiencias mediáticas realizadas por personas presas en las cárceles de España
Voices from the walls. Analysis of media experiences for Prisoners in prisons in Spain

Paloma Contreras Pulido, Universidad de Huelva
 María del Carmen Caldeiro Pedreira, Universidad de Huelva

Resumen

Introducirse para investigar en el medio carcelario sigue siendo hoy día una tarea complicada que casi siempre es vista con recelos por las administraciones, por los profesionales que trabajan en él y hasta por los propios presos. La exposición de esta investigación, que emana de la tesis doctoral “La alfabetización mediática como herramienta de intervención en prisiones”, viene a significar la actividad que a lo largo de todos estos años se está llevando a cabo en varias prisiones españolas y que todas tienen en común el objetivo, entre otros, de sacar de dentro de los muros hacia fuera una realidad completamente desconocida para la sociedad de la mano de los propios presos, utilizando para ello algún tipo de medio de comunicación. En este trabajo nos planteamos como objetivo realizar una búsqueda y posterior análisis de las producciones mediáticas que están realizadas por personas presas en el contexto carcelario español. Se trata de un cuantioso número de medios de comunicación que se llevan a cabo en más del cincuenta por ciento de centros penitenciarios existentes en España, concretamente en 39 de los 68 que hay en la actualidad. Pero, además de sacar a la luz estas experiencias, la investigación arroja datos sobre qué supone la realización de esta actividad para las personas presas. Haciendo uso de una metodología cualitativa se realizaron entrevistas en profundidad en cinco centros penitenciarios de España, tanto a presos y educadores participantes en estas actividades. Como conclusión, se observa las enormes ventajas que aporta el uso de los medios de comunicación como herramienta de intervención social en el trabajo con estas personas y los beneficios que se generan: mejora la autoestima y debilita el *autoestigma* que provoca en las personas presas su paso por prisión. En definitiva, mejora la forma de *ver* y de *verse* en el mundo.

Palabras clave

Alfabetización mediática; prisiones; comunicación; exclusión social.

Abstract

Nowadays, researching in prisons is still a complicated task and usually it is viewed with suspicion by the authorities, by professionals who work there and even by prisoners. This research comes from the doctoral thesis “Media literacy as a tool for intervention in prisons” that addresses the activities that have taken place in several Spanish prisons along all these years. These initiatives share the goal, among others, of drawing a completely unknown reality to the society from the inside to the outside of the walls of the prison through prisoners’ point of view, relying on media. In Spain, more than a fifty per cent of prisons (39 out of 68) have implemented their media channels. For this study, we searched for their productions to analyze them. Besides exposing those cases, the research shed light on the results experienced by prisoners. Our project was conducted in five prisons in Spain using qualitative methodology as in-depth interviews, for both prisoners and educators, who were participating in these activities. Conclusions show the enormous advantages of using media as a tool of social intervention and the benefits generated by that methodology: prisoners improve self-

esteem and weaken self-stigma. Overall, they improved the way they perceive the world and the way they see themselves in it. .

Keywords

Media literacy; prisons; communication; social exclusion.

Introducción y estado de la cuestión

Tras la aprobación de la Constitución Española de 1978, las cárceles, su fisonomía, la rutina presidiaria y la vida de los propios presos cambió sustancialmente. Con una filosofía basada en la resocialización y la reeducación comenzó a dar sus pasos el que es hoy el sistema penitenciario español. La legislación fundamental que regula la vida de los presos en España es la Ley Orgánica 1/1979, de 26 de septiembre. Si nos detenemos en su Preámbulo, se recoge un aspecto primordial que da fundamento también a este trabajo:

Al defender en primer término la finalidad resocializadora de la pena, la Ley pretende significar que el penado no es un ser eliminado de la sociedad, sino una persona que continúa formando parte de la misma, incluso como miembro activo, si bien sometido a un particular régimen, motivado por el comportamiento antisocial anterior de aquel y encaminado a preparar su vuelta a la vida libre en las mejores condiciones para ejercitar socialmente su libertad (Preámbulo Ley Orgánica 1/1979).

La puesta en marcha de un proyecto de comunicación en el ámbito de prisiones debe partir de varias premisas. En un primer caso, hemos de tener presente la idea de que "El derecho a la enseñanza y a la educación se identifica automáticamente con un derecho a acceder a los bienes culturales de la sociedad, a la alfabetización, a la alfabetización virtual, a los grados formales de la enseñanza, a los estudios profesionales, etc." (Gil-Cantero, 2013: 54).

Por otra parte, para el trabajo socioeducativo con presos es necesario "convertir a los reclusos en ciudadanos activos, participativos y comprometidos con iniciativas que favorezcan su reeducación y su reinserción social" (Caride y Gradaílle, 2013: 41). En la medida en que favorezcamos que los internos intervengan a través de sus propuestas, reflexiones o críticas en nuestros proyectos de intervención conseguiremos que adquieran un mayor compromiso con el mismo.

A diferencia de proyectos de intervención que tienen un gran impacto en una masa social determinada, en la cárcel los logros vendrán determinados en términos más cualitativos que cuantitativos. Es decir, frente a una mayoría de población desmotivada y poco colaborativa, hemos de lograr que el que quiera logre tener oportunidades para el

desarrollo de sus capacidades y objetivos. Al respecto, D'Antoni-Fattori (2000) afirma que:

Los esfuerzos constantes finalizados a una meta positiva y dilacionada, son difíciles de encontrar en un centro penitenciario: la estructura de la existencia allí empuja más bien a la depresión, las explosiones de violencia, la prefiguración de un tiempo corto ante sí, el vivir al día, la necesidad de gratificación inmediata, entre otros[...] (D'Antoni-Fattori, 2000).

Es necesario apuntar aquí un aspecto que coincide plenamente con el objetivo propuesto igualmente por Arnanz (1998) para definir este tipo de actividades en prisión:

Lo que hacemos no pretende únicamente entretener y divertir a los internos o llenar con este tipo de actividades, su tiempo de pasividad. Es otra cosa. Y es que podríamos estar hablando de una intervención social inspirada en el modelo de Resiliencia (Melillo & Suárez-Ojeda, 2001).

Se trata, por tanto, de contribuir a la transformación lo más profunda posible de la realidad del interno para que descubra caras y posibilidades de su personalidad hasta ahora desconocidas, para que aprenda y desarrolle competencias y habilidades que le sean útiles en el futuro, y para evitar que recaiga de nuevo en la prisión. Ése debe ser el objetivo final.

Precisamente, D'Antoni-Fattori (2000) destaca el valor primordial de este tipo de actividades: “El primer obstáculo para las personas que provienen de un lugar desfavorecido es la posibilidad de imaginarse otra vida y de realizar un proyecto a partir de esas imágenes”. Y por ello invita a disfrazarse, metafóricamente hablando, de la siguiente manera: “Aunque no construyan un proyecto de vida concreto y detallado acerca de eso, tienen la posibilidad de representarse mentalmente como un profesional, de jugar, al menos en su imaginación, con la proyección de otra posibilidad de vida. Eso es un inicio”.

En este contexto, por tanto, surgen experiencias de comunicación basadas en la producción de contenidos, en diferentes formatos (radio, revistas, blogs, etc.), realizado por parte de las personas privadas de libertad que, acompañadas por uno o varios educadores, ponen voz al día a día en las prisiones. Estas producciones en muchos casos “salen” fuera de los muros y llegan a la sociedad pero con poca o ninguna visibilidad.

1. Objetivos y metodología

En la presente investigación se plantean como objetivos en primer lugar sacar a la luz las experiencias que se están llevando a cabo en algunas cárceles españolas, donde

los presos son productores de diferentes formatos de medios de comunicación. Por otro lado, y tras la realización de un total de 29 entrevistas a presos y educadores, extraeremos conclusiones referentes a si esta práctica comunicativa aporta expectativas positivas en la forma de ver y de verse en el mundo para estas personas privadas de libertad. La metodología seleccionada para realizar esta investigación ha sido cualitativa atendiendo especialmente al contexto de la pesquisa y el perfil de las personas a investigar. Para ello, se seleccionaron cinco centros penitenciarios españoles: C.P. Huelva, C.P. El Dueso (Santoña), C.P. Quatre Camins (Barcelona), Hospital Psiquiátrico del C.P. de Sevilla, C.P. Albolote (Granada). La elección vino determinada por el uso de los medios comunicación en las cárceles. En el caso del C.P. de Huelva, de El Dueso y del Hospital Psiquiátrico de Sevilla tienen una importante tradición con la radio. En el caso del C.P. de Quatre Camins por ser pionero en el trabajo con alfabetización digital y el de Albolote por trabajar el formato revista y blog. Las entrevistas fueron validadas por expertos y tienen un formato semiestructurado y fueron realizadas tanto a los presos como a los educadores que colaboran en dichos proyectos. Para el análisis posterior de las mismas se utilizó el software NVivo 8.

2. Resultados

Exponemos, en primer lugar, los resultados arrojados tras la búsqueda de experiencias con medios de comunicación en cárceles de España para, posteriormente, mostrar los referidos a los aportes de esta actividad para las personas presas.

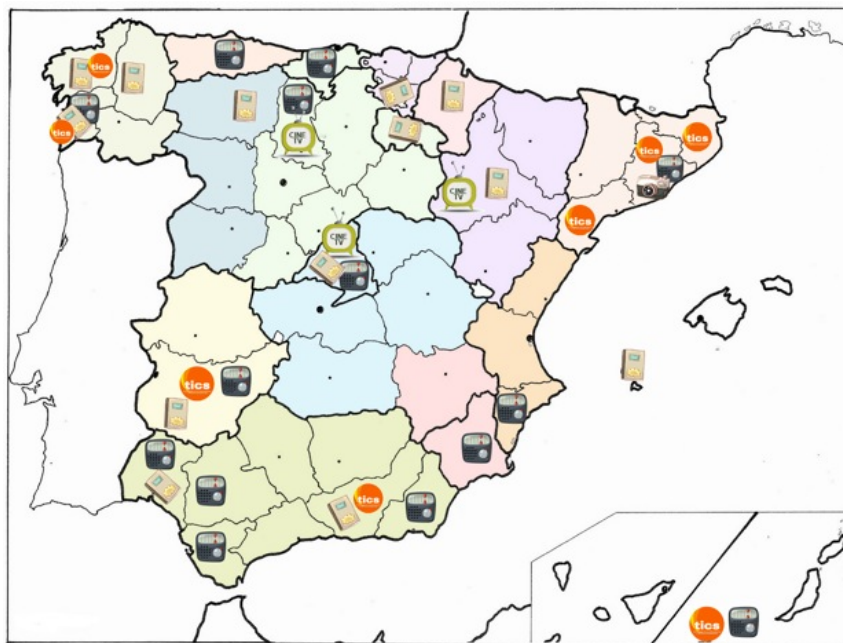
2.1. Medios de comunicación en prisiones

Después de realizar una exhaustiva búsqueda e investigación sobre actividades que se llevan a cabo en las prisiones españolas en las que las personas presas producen medios de comunicación, y donde se promueve la alfabetización mediática o digital, observamos que en España existe un nutrido número de experiencias dedicadas a ello, a pesar de no estar visibilizadas ni censadas de alguna manera.

En total se han recogido 39 experiencias en toda España, que se distribuyen en 14 publicaciones en formato Revistas, tres experiencias de Televisión o Cine, una de Fotografía, seis experiencias con TIC y 15 de radios. Recordemos que en España hay 68 Centros penitenciarios con lo que en más de la mitad de ellos se realizan estas prácticas.

A continuación, se muestra un mapa diseñado ad hoc que recoge estas actividades:

Figura 1. Mapa de medios de comunicación en cárceles españolas



Fuente: Elaboración propia

Tras los resultados arrojados de la investigación podemos concretar que son actividades muy puntuales en España, ya que en su mayoría este tipo de proyectos se mantiene gracias a la voluntariedad de los educadores, especialmente las dedicadas a la alfabetización digital que solo se realiza en Cataluña. Además, el censo de estas actividades no está acotado por lo que se encontraron numerosas dificultades para ser localizadas por la falta de información de la Secretaría General de Instituciones Penitenciarias. Por último, apuntar que se observan visos de cambio concretamente con medios de comunicación como la radio, ya que algunas experiencias cuentan con más de 25 años de existencia, como en el caso de la radio del C.P. de El Dueso (Santoña).

2.2. Aportes a la hora de realizar esta actividad para las personas presas

Para las personas presas este tipo de proyectos tiene una enorme importancia, también de cara a la conexión con el exterior y con su familia. A continuación, se expondrán los resultados con extractos de las entrevistas realizadas tanto a personas

presas como educadores. Se ha utilizado una nomenclatura para preservar el anonimato de los mismos.

P20H: Porque, primero, es el único contacto exterior que tiene mucha gente. Porque es verdad que a mí me viene a visitar mi familia, pero es verdad que a mucha gente es el único contacto con fuera. Segundo, porque la gente que lo escucha que está aquí dentro se sienten importantes, porque no solo las cinco o seis personas que puedan hacer programas, sino la gente que está en su celda, que ha transmitido su mensaje, y se ha oído. O, mira, esto está saliendo en la radio, pero lejos de Huelva, o mi familia lo está escuchando, y mi familia me está escuchando.

P13A: Porque te hace que tú te evadas de donde estás. Aparte de que tú te mentalizas, este rato parece que no estás preso. Para los de la calle también. En la calle puedes expresarte. Por mucho que tú quieras decirle a tu familia que estas bien, que esto no es tan grave como lo que cuentan, la familia no se lo cree, aparte de que tú también no cuentas todo lo que pasa aquí.

Igualmente destacan la utilidad para desbancar estereotipos de la sociedad hacia las personas presas:

P10A: Es muy bonito, porque llega a todos los presos y a la calle, La gente nos ve diferentes. La gente de la calle no sabe cómo nosotros nos sentimos. La gente cree que la cárcel es ¡Uhhh! y tú ves que aquí nosotros nos movemos [...] No cree la gente que aquí hay personas de todos los ámbitos sociales

P23H: Para mí que estoy en un módulo terapéutico también es terapéutico. Dejo de estar en el patio, dejo de tener hábitos que antiguamente tenía y ahora me relaciono con otro tipo de gente y la verdad, me hace más llevadera la estancia en prisión y a la vez estoy aportando ¿no? dándole una visión distinta de la prisión a la gente del exterior, quizás sea la mayor [...] quizás sea [...] lo que más me gratifica eso, a nivel personal

En el caso de los educadores, igualmente hablan de la importancia que tiene este tipo de medios, también para la sociedad y hablan del carácter terapéutico:

E5P: Yo creo que la radio cubriría un poco lo que sería un Módulo de respeto. Se engancharía con toda la filosofía de los Módulos de respeto y creo que es un instrumento muy válido para ese tipo de módulos y yo creo que se podría implantar en todos [...] en la forma de trabajar un montón de cosas a través de la radio: el respeto a la opinión del otro [...] la confrontación de ideas, el respeto a la palabra, el turno, la escucha activa, todo lo que son los procesos de comunicación e interacción, los conflictos que se pueden trabajar a

través de la amistad. Es un instrumento que da muchísimas, muchísimas posibilidades.

Por otro lado, se quejan de la no incursión de las TIC en prisiones:

E3Q: Las tecnologías son unas herramientas que hemos de darles desde aquí. Si las tecnologías son necesarias hoy día para la reinserción, tienen que existir, ¿no? La Constitución lo dice así y el Reglamento penitenciario dice que tenemos que darle salida a esto, el que se pongan de espaldas las tecnologías, no cumple para mí este precepto.

Con respecto a las aportaciones personales y los cambios que se producen en ellos con la realización de esta actividad, las personas presas destacan que sirve como evasión, para mejorar su formación, para crear lazos de amistad y para acrecentar su autoestima.

P12A: Antes solo pensaba en cómo hacer un agujero para salir del muro es verdad, y después ya tenía un agujero por donde salir y te quedabas satisfecho y los pensamientos que tu expresaras, que la gente los entendiese. Y eso te da una gran satisfacción.

P14A: De que ya no soy el clásico preso, que hace lo que le da gana porque somos presos. Ese menosprecio propio. Esta es una buena oportunidad.

En cuanto a la segunda parte de la pregunta, que consultaba sobre los cambios que habían notado desde que realizan esta actividad, los argumentos que ofrecen para responder a esta pregunta son muy evidentes para ellos, y todos positivos. En las siguientes respuestas observamos cómo han pasado a vivir un día completamente diferente en la prisión gracias en parte a todo lo que les aporta esta actividad y los profesionales que trabajan con ellos:

P8Q: Yo antes no me apuntaba a estas actividades, porque era el malo. No me gustaba, me gustaba competir con todo el mundo [...] estaba en el patio [...] No, pero yo no era por nada [...] antiguamente no me dejaban ni hablar contigo. Ahora puedo hablar contigo [...] Mi propia gente y todo esto [...] mi banda [...] No podría hablar con la gente y menos por la grabador [...] Estaba mal visto. Ahora ya cada uno sabe qué decir. Supongo que habrás oído mi programa de las bandas. Lo hice yo, porque yo fui miembro. Claro, estaban dirigidos a los chavalitos éstos que son jóvenes y tienen la oportunidad de salvarse, y advertirles.

En el caso de los educadores, como cambios en las personas presas destacan la implicación con el proyecto, la responsabilidad y el hecho de empoderarse gracias a estas actividades convirtiéndose en motor para ellos y para los educadores.

E4D: Yo creo que hay cambios a todos los niveles. Lo más inmediato es la expresión verbal, que todo esto cambia. Pero luego hay otros cambios más sutiles en cuanto a autoestima, en valoración de él mismo y de los otros. Hay también cambios en cuanto a la capacidad de diálogo de negociación, de emprender. La capacidad de emprender es alucinante, porque al principio no se atreven con nada y luego no hay quien los pare. Las experiencias que viven aquí y la gente que viene aquí, hace que ellos vean cosas distintas que en su vida no han tenido la oportunidad de conocer, y en algún caso la radio les ha proporcionado la experiencia de conocer medios de vida alternativos que ellos ni siquiera imaginaban que existían. Se trata de eso, de ofrecer oportunidades, eso es lo que se hace.

Ya por último, en cuanto a las contribuciones que les aporta de cara a sus expectativas futuras, en el caso de las personas presas destacan los beneficios emocionales, actitudinales, de conducta, de expresión, de comunicación y sobre todo de que son capaces de cambiar sus vidas.

P7Q: Sí, a expresarme a ser una persona mejor, a no volver a delinquir.

P20H: Que la vida que cogimos anteriormente no es la única, porque la mayoría de la gente lo cree y no, se puede vivir de otras muchas maneras y se puede ser mucho más feliz porque el final no va a ser la cárcel, sino que el final va a ser con tu familia, durmiendo a gusto, y mirando para atrás y estando orgulloso de lo que has hecho.

Y para los educadores, sus respuestas están referidas a la mejora del autoconcepto que tienen estas personas y a los valores que están adquiriendo. Por ejemplo, para el caso de los enfermos mentales ha sido fundamental:

E5P: Lo que te comentaba, que no es que nadie vaya a trabajar en la radio, este no es el objetivo de esto, todo lo contrario, el objetivo es que si un paciente dice que yo soy un enfermo mental y lo dice a través del micro es como que empieza a tomar conciencia de lo que es, lo que se llama "adherencia al tratamiento", mejora. [...] Yo tengo una enfermedad que se llama esquizofrenia que se manifiesta de esta manera y que tengo que hacer esto para que no se manifieste o para que tengamos menos posibilidades de que se manifieste [...] Es todo

un trabajo terapéutico [...] Primero soy una persona.

Conclusiones y discusión

En primer lugar, tras la elaboración de este estudio se puede afirmar que para crear un medio de comunicación en prisiones se debe contar con mucha perseverancia y voluntad. Como cualquier otro proyecto de estas características tendrá que tener en cuenta la inestabilidad a la hora de mantener un equipo que se mantenga en el tiempo. Como sabemos, la itinerancia de la población penitenciaria, las salidas y los permisos, hace que en muchas ocasiones cuando ya se ha conformado un equipo estable, éste de nuevo haya que rehacerlo. Unido a esta situación de inestabilidad, encontramos la falta de recursos o la poca predisposición a veces de las propias direcciones de los centros. Esto supone finalmente el abandono del proyecto. Tan solo si se cuenta con un equipo de profesionales que mantengan la constancia, las energías y la fuerza de voluntad, el proyecto seguirá adelante. Pero, finalmente, lo hará si el mismo se convierte más que en un objetivo institucionalizado, en un objetivo personal o del grupo participante. Esto es común en todas las experiencias de medios de comunicación en este contexto.

Por otro lado, en cuanto a los aportes de esta actividad para las personas presas podemos extraer tras conocer el discurso de educadores y de personas presas que son muy positivos. En ningún caso han hablado de aspectos negativos. Esta actividad ha sido muy bien valorada por todos los entrevistados. Las mejoras que tanto presos como educadores observan, sin duda entre ellas se encuentra la autoestima y la valoración personal en cuanto a sus capacidades. El empoderamiento, la capacidad de emprendimiento, la mejora a la hora de expresar emociones o el sentimiento de responsabilidad son, en suma, otro de los muchos factores que se extraen en cuanto a la relevancia que tienen este tipo de actividades para los internos. Son más abiertos, flexibles y valoran las amistades. Todos estos valores son totalmente contrarios a los que se generan en otros lugares dentro de la prisión. Por último, son destacables todos los beneficios que aportan concretamente a las personas que padecen enfermedad mental, que frente a sus compañeros, se encuentran inmersos, por su patología, en una apatía y desgana generalizada, una parálisis emocional e intelectual casi constante. Para los que participan en esta actividad ven la radio como su terapia habitual.

Bibliografía

- Arnanz, E. (1988). *Cultura y prisión: Una experiencia y un proyecto de acción sociocultural penitenciaria*. Madrid: Popular.
- Caride, J .A. y Gradaílle, R. (2013). Educar en las cárceles: Nuevos desafíos para la educación social en las instituciones penitenciarias. *Revista de Educación*, 360, 36-47.
- D'Antoni-Fattori, M. (2000). En la cárcel: contextos comunicativos y capacitación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 27. Recuperado de <http://goo.gl/hM7Evi>
- Gil-Cantero, F. (2013). Derechos humanos y reeducación en las prisiones. El derecho a la educación en el modelo Good Lives. *Revista de Educación*, 360, 48-68.
- Melillo, A., Suárez-Ojeda, E.N. (2001). *Resiliencia. Descubriendo las propias fuerzas*. Buenos Aires: Paidós.

Biografía

Paloma Contreras Pulido es Doctora en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Contratada FPI-MINECO de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva. Periodista y Educadora Social. Miembro del Grupo de Investigación Ágora. Docente del Máster de Comunicación y Educación Audiovisual (UHU-UNIA) y del grado de Educación Social de la Universidad de Huelva de la asignatura Medios, control social y conciencia crítica. Sus líneas de investigación están centradas en la alfabetización mediática y la comunicación para el cambio social. Correo electrónico: paloma.contreras@uhu.es.

María del Carmen Caldeiro Pedreira es Doctora en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Licenciada en Humanidades, título de Aptitud Pedagógica, certificado de Estudios Avanzados y Grado de Licenciada, obtenidos en el área de Lógica y Filosofía Moral por la Universidad de Santiago de Compostela. Investigadora colaboradora del Proyecto I+D+i sobre Competencia Mediática. Miembro del Consejo Técnico y del Consejo de Revisores (Advisory Board) de la Revista Científica Comunicar y miembro de la Red Internacional Alfamed. Línea de investigación centrada en el desarrollo de la autonomía mediática entre el colectivo adolescente. Estudios sobre mujer y publicidad, enmarcados en el contexto de la educación y la ética. Docencia en educación secundaria y universitaria. Correo electrónico: mariccaldeiro@yahoo.es.

Comunicação, Esquizofrenia e Internet: vozes e discursos das pessoas com esquizofrenia como ferramenta de desestigmatização da doença mental

Communication, Schizophrenia and the Internet: the voices and discourses of people with schizophrenia as a tool for destigmatization of mental illness

Carla Costa Garcia, Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS)/ Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)

Resumo

A esquizofrenia é conhecida como a patologia da mente dividida. Estima-se que afeta a 1% da população mundial; pessoas que, além da psicose, precisam conviver com sentidos historicamente construídos e diariamente atualizados sobre elas e sua doença. Sentidos pré-construídos e que as qualificam como loucas, irracionais, agressivas e donas de um discurso desconexo e sem sentido. Vistas como desconectadas da realidade, elas vêm suas histórias serem substituídas por prontuários médicos. Vítimas de uma visibilidade às avessas, tornam-se a personificação de uma patologia e são silenciadas no processo comunicativo. Incapazes de se fazer ver e crer, são desprovidas de capital simbólico e impedidas de produzir sentidos. Entretanto, a disseminação da Internet, que democratiza a produção, circulação e apropriação de bens simbólicos, dá sinais de que este cenário e sua hegemonia podem ser alterados. Por isso, partindo dos pressupostos da Produção Social de Sentidos, analisamos, por meio da análise de discursos, como dois textos veiculados em blogs distintos – um editado por um médico e outro independente – e escritos por pessoas com esquizofrenia, construíram o discurso e o sentido sobre eles e sua patologia. Observamos que os dois portadores ocuparam diferentes lugares de fala: no blog médico como enunciador e, no independente, como sujeito da enunciação. E, ainda assim, respeitando as condições de produção dos dispositivos em que foram enquadrados, obtiveram capital simbólico e, partiram daquilo que foi pré-construído para reescrever suas cenas social e discursiva. Desse modo, nossa análise apontou para as possibilidades abertas pela disseminação da Internet como meio de enfrentamento da hegemonia de algumas vozes, que pode resultar na ampliação de democratização discursiva, permitindo que as pessoas com esquizofrenia tenham voz e sejam respeitados na sociedade.

Palavras chave

Comunicação e Saúde; pessoas com esquizofrenia; discurso e mudança social; Internet; produção social de sentidos.

Abstract

Schizophrenia is known as a disorder of the divided mind. It is estimated that it affects 1% of the population, who in addition to psychosis, have to live with a historically constructed and daily updated meaning on them and their disease. Preconceived meanings which qualify them as crazy, irrational, aggressive and owners of a disconnected speech. They are seen as disconnected from reality, and their stories are replaced by medical records. Victims of a reverse visibility, they become the personification of a condition and are silenced in the communication process. As a result of not being regarded neither trusted, they are devoid of symbolic capital and prevented from producing meaning. However, the spread of the Internet –that has

democratized the production, circulation and appropriation of symbolic goods—, shows that this scenario and its hegemony can be changed.

Therefore, based on the premises of Social Production of Senses, we do a discourse analysis of two texts broadcasted in different blogs written by people suffering from schizophrenia. We analyse how they build the speech and the meaning of themselves and their pathology. A physician edits one blog and the other is independent. We realized that the two schizophrenics occupied different speech places: in the medical blog, the patient was represented as an enunciator, and in the independent one he was the subject of enunciation. But, even respecting the conditions of production of the devices in which they were framed, they obtained symbolic capital and could rewrite their social and discursive scene from what had been previously built. Thus, our analysis points to the possibilities offered by the Internet as a mean to combat the hegemony of some voices, which can result in the expansion of discursive democracy, allowing people with schizophrenia to have voice and also respect in society.

Keywords

Communication and health; people with schizophrenia; discourse and social change; Internet; social production of senses.

Introdução

Ao longo dos séculos, os sentidos da doença mental e das pessoas que a sofrem foram constituídos como sinônimos de loucura e de louco, de tal modo que até hoje, 13 anos após o início da Reforma Psiquiátrica e do movimento de reinserção social dos portadores de doenças mentais como a esquizofrenia, as pessoas que convivem com esses transtornos ainda são vítimas do estigma e tornam-se invisíveis na sociedade. Ao receber o diagnóstico, elas são desumanizadas, tornam-se apenas a personificação de uma patologia e recebem um rótulo e uma nomeação, a de esquizofrênicos (Garcia, 2012). Deixam de ter um nome, uma identidade, uma vivência, não são mais consideradas sujeitos sociais, históricos e políticos, não são vistas como sujeitos singulares, mas como tipos ou exemplares de uma espécie (Araujo; Moreira; Aguiar, 2013).

A esquizofrenia atinge 1% da população mundial. Classificada no rol das psicoses, ela se caracteriza por determinadas condutas e manifestações psicológicas reveladoras de uma perturbação mental que, por vezes, impede a pessoa de diferenciar real e imaginário e pode atrapalhá-la ao manter responsabilidades sociais (Romero, 1994; 1994). Nela, nota-se a invisibilidade do portador e não da doença, que é bastante mediatizada, aumentando-se o preconceito contra o sujeito, tendência que motivou o texto publicado no jornal El País, por Eliane Brum. No artigo, Brum clama que se passe

a “escutar o louco”, pois a loucura não é a única coisa trágica com que precisam conviver. “Há uma outra tragédia, que é a de não ser escutado”

Sempre que alguém com um diagnóstico de doença mental comete um crime, a patologia é usada para anular as interrogações e esvaziar o discurso de sentido. A pessoa não é mais uma pessoa, com história e circunstâncias, na qual a doença é uma circunstância e uma parte da história, jamais o todo. A pessoa deixa de ser uma pessoa para ser uma doença. Se há um histórico, é o de sua ficha médica, marcada por internações e medicamentos – ou a falta de um e de outro. Esvaziada de sua humanidade, o que diz é automaticamente descartado como sem substância. (Brum, 2014, grifos nossos)

Diante dessa invisibilidade e silenciamento, a Internet desponta como importante veículo para que eles sejam ouvidos, tenham suas vozes ecoadas e consideradas como dotadas de sentido, com tanto direito de circulação e escuta quanto qualquer outra. Numa busca pelo Google, é possível observar que sites de médicos, associações, blogs de portadores e comunidades relativas ao tema em redes virtuais como o Facebook têm se tornado frequentes. Nesses lugares, profissionais da saúde, familiares e pessoas que convivem com as patologias divulgam informações sobre a doença, tratamento, direitos dos portadores e dedicam espaço para que eles relatem suas vivências. Neles, as pessoas com esquizofrenia tornam-se autores de seus textos e protagonistas de suas opiniões que, muitas vezes, vão além de sua própria vida, ao tecerem comentários sobre acontecimentos sociais. Mesmo diante da doença mental, eles estão no papel de cidadãos, pessoas capazes de ver, compreender, sentir, descrever e constituir de modo conexo o mundo ao seu redor.

Neste contexto e partindo dos pressupostos da Produção Social de Sentidos, analisamos, por meio da análise de discursos, como dois textos veiculados em dois blogs distintos – um editado por um médico e outro independente – escritos por pessoas com esquizofrenia construíram o discurso e o sentido sobre eles próprios e sua patologia. Para isso, buscamos identificar suas estratégias discursivas a fim de desvelar: Qual o papel das pessoas com esquizofrenia - seus lugares de fala - em cada texto? Como eles identificam, nomeiam e qualificam a psicose e seus portadores?

1. Doença mental e pré-construídos

Foucault (1972 p.32, apud Fairclough 2001:66) defendeu que “a doença mental foi constituída por tudo o que foi dito em todos os enunciados que a nomeavam, dividiam, descreviam, explicavam [...]”, sendo que o papel do discurso e das instituições sociais na atribuição de sentidos ao louco e à loucura seguem vivos e são atualizados diariamente. O louco sempre foi considerado o outro (Foucault, 1978), o diferente, o estranho, o desadaptado, aquele que perturba ou escandaliza (Szasz, 1984) e que, por isso, foi representado como irracional, indesejado, agressivo, aquele que deveria ser excluído do convívio social e ter sua voz abafada, calada, tornando-se invisível para sociedade, pois assim não representaria uma ameaça à estrutura social.

Por isso, ao receber um diagnóstico de esquizofrenia, a pessoa recebe o direito a ter atendimento médico, a utilizar antipsicóticos, a requerer o auxílio doença. Porém, é desapropriada de seus direitos civis ao ser considerada pela legislação como incapaz, alguém apto a cometer um ato violento mesmo sem querer, pois está afastado da razão (Garcia, 2012).

Todos esses sentidos construídos historicamente sobre a doença mental e seus portadores compõem aquilo que significa e representa essas pessoas e sua patologia e atuam como pré-construído, “o já dito, e por isso, ausente, mas um já dito capaz de significar de outro modo” (Araujo 2002:165). Eles são as vozes da Cultura e da Histórias, são naturalizados e, portanto, aceitos sem questionamentos.

Araujo, Moreira e Aguiar (2013) defendem que receber uma nomeação nem sempre garante a visibilidade; pelo contrário, muitas vezes desliza-se para o território da discriminação, preconceito e indiferença. É isto que ocorre com os portadores de psicoses que, ao serem diagnosticados pela autoridade médica e nomeados popularmente como loucos, têm seu discurso considerado desconexo e esvaziado de sentido. Eles perdem seu lugar de fala na cena social e no mercado simbólico, que lhes permitiria concorrer ao poder simbólico, poder de se fazer ver e crer e, assim, constituir a realidade (Bourdieu, 1989; Araujo, 2004).

Entretanto, é fundamental ressaltar que, diferentemente daquilo que dizem os recorrentes pré-construídos, a maioria das pessoas com esquizofrenia não se enquadra na definição de irracional, incapaz, agressivo, e tampouco, apresenta o discurso desconexo. Por isto, qualquer movimento no sentido de mudar esse cenário, começando pelo embate contra o estigma, passa necessariamente pela desnaturalização dos pré-

construídos, por meio da produção e circulação de informações sobre a patologia e em especial sobre o seu portador, inclusive por meios que não apenas os tratam como sujeitos dos enunciados (ou sujeitos falados, como defende Pinto, 1999), aqueles dos quais se fala, cuja voz é sempre intermediada, mas lugares onde de fato sejam eles os sujeitos da enunciação; que façam ecoar a sua voz, ideias e propostas, possibilitando sua reinscrição na cena discursiva e social, como agentes que disputam com os demais a constituição da realidade.

A classificação de sujeito da enunciação e do enunciado tem sua origem na Teoria da Enunciação de Benveniste. Aqui serão utilizadas, porém no enquadre de uma adaptação procedida por Araujo (2000), que identifica três sujeitos constitutivos do discurso: sujeito da enunciação, o Eu, aquele que se apresenta no texto como o responsável pelo discurso; sujeito do enunciado, o Tu, a imagem daquele a quem se fala, o receptor idealizado; e enunciadores, o Eles, que referencia as demais vozes presentes, convocadas pelo emissor de forma consciente ou não.

2. Linguagem, discurso e mudança social

Segundo Bakhtin (2009), a relação entre a linguagem e os fenômenos sociais faz da língua arena fértil de luta e transformação social. A pautar sua obra no modo como as relações e as lutas de poder transformam as práticas discursivas de uma sociedade, Fairclough (2001) reitera esse potencial. Ele defende que o discurso é um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e sobre os outros. Para existir, o discurso necessita do sujeito, da história e dos fenômenos sociais, de modo que os sentidos são determinados pelo contexto.

Seu potencial de luta e transformação social dá-se pelo fato de que eles não são apenas uma prática de “representação do mundo, mas de significação constituindo e construindo o mundo em significado” (Fairclough, 2001:91). São três os aspectos constitutivos do discurso: a construção de identidades sociais e posições do sujeito, a construção de relações sociais entre as pessoas, e a construção de sistemas de conhecimentos e crenças.

As práticas discursivas não apenas reiteram aquilo que já foi dito e solidificado, os regimes de verdade ou pré-construídos, mas têm o potencial de ir além, contribuindo para alterar o já dito, estabelecendo novas identidades, alterando a cenografia social e discursiva dos interlocutores e ainda desnaturalizando conhecimentos, crenças e mitos

sociais. Porém, esse potencial é orientado por uma prática social arraigada pelas estruturas sociais. Qualquer mudança pressupõe que haja luta, uma disputa de poder entre os potenciais convencional e transformador.

3. Corpus e metodologia

Em um cenário marcado pela disseminação da Internet, que democratiza a produção, circulação e apropriação dos bens simbólicos – a comunicação (Araujo, 2000) – observamos marcas que indicam que o cenário de invisibilidade e da exclusão dessas pessoas do processo comunicativo podem ser alterados. Por isso, a fim de identificar as estratégias discursivas na luta para que essas pessoas obtenham capital simbólico, trabalhamos com dois textos veiculados em blogs diferentes que falam sobre esquizofrenia e foram escritos por pessoas diagnosticadas com a psicose.

O primeiro texto, intitulado “Como aprendi com minha doença a superá-la” (texto 1), foi veiculado no blog “entendentoaesquizofrenia.com.br”. Sua escolha deu-se por ser ele a primeira postagem de um texto escrito por uma pessoa diagnosticada com esquizofrenia relatando sua trajetória com a finalidade exclusiva de ser publicado no blog. Já o segundo texto, “Esquizofrenia: Falar ou não falar?” (texto 2), está no blog “memoriasdeumesquizophrenico.blogspot.com”. Ele é o primeiro texto em que o autor – que é editor do blog – escreve sobre a descoberta do diagnóstico da esquizofrenia e a relação da doença com fatos de sua vida.

Visando desvelar a construção do discurso e dos sentidos produzidos por esses textos sobre a esquizofrenia e seu portador, utilizaremos a análise de discurso a partir das seguintes ferramentas metodológicas: Teoria da Enunciação e pré-construídos e, palavras plenas e instrumentais. Palavras Plenas são aquelas cujo sentido já está formado na consciência das pessoas e, portanto, não depende da formação discursiva em que o texto se inscreve. Já as Palavras Instrumentais correspondem aos conectivos, operadores e tempos verbais. Possuem valor pragmático mais estáveis e seu sentido só pode ser avaliado em um dado contexto textual (Araujo, 2000).

4. Desvelando estratégias e sentidos

4.1 Dispositivos de circulação: contextualização

Iniciamos a análise pela apresentação dos contextos, as condições de produção dos textos analisados e que são determinadas pelos dispositivos em que foram veiculados: os blogs.

O blog “Entendendo a esquizofrenia” está vinculado a um site de mesmo nome e tem como principal característica o fato de ser produzido e editado por um médico que, além de trabalhar com pessoas com a psicose, desenvolve pesquisas, escreve livros e afirma lutar para disseminar informações e “produzir reflexões e mudanças na maneira de encarar a doença e lidar com suas principais dificuldades.” Por ser produzido por um médico, o discurso da medicalização apresenta-se fortemente, de modo que nos depoimentos veiculados pelo blog há referências diretas aos cuidados terapêuticos, à atuação de psicólogos e psiquiatras e aos medicamentos utilizados na recuperação das pessoas com esquizofrenia, que são nomeadas como pacientes. O texto por nós analisado foi apresentado pelo editor como um depoimento que ajuda a desmistificar a esquizofrenia e mostrar que a recuperação é possível. Na chamada, ele cita as internações do autor, o uso de remédios e defende que conhecer a doença é necessário para superá-la. A maioria das postagens são transcrições de depoimentos, relatos de familiares e pacientes ou notícias sobre estudos científicos e eventos relacionados à doença ou ao livro do editor.

Já o “Memórias de um esquizofrênico” é um blog independente, cujas postagens são produzidas e veiculadas por uma pessoa com esquizofrenia sem ligações com médicos ou instituições. O dispositivo tem o seguinte subtítulo “um blog sobre esquizofrenia na visão de um portador”. Portador que se descreve como “um pacato cidadão, esquizofrênico assumido, que tenta de todas as formas acabar com o estigma que a esquizofrenia carrega.” O autor escreveu um livro sobre a doença, que comercializa no blog, porém, sua obra não está focada em fornecer informações médicas sobre a psicose, mas em compartilhar vivências de alguém que teve a vida transformada pela doença. No blog, ele não se limita a falar sobre a psicose, escreve sobre música, tecnologia, fatos cotidianos e relata suas andanças por Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo. É ele quem responde a cada comentário recebido.

Portanto, ainda que guardem diferenças, os dispositivos têm como objetivo fazer circular informações e produzir um novo sentido, desmistificado a esquizofrenia e seus portadores.

4.2 Quem fala e onde?

Segundo Araujo (2002:23), lugar de interlocução é a posição que cada indivíduo ocupa no mercado simbólico, “o lugar onde quem fala e quem ouve, ou quem escreve e quem lê se encontram e constroem novos sentidos, sempre imprevisíveis, sempre por se fazer”. Com base na adaptação realizada pela autora da Teoria da Enunciação, identificamos o lugar que as pessoas com esquizofrenia ocuparam nos textos analisados.

No texto 1, ainda que seja autor do texto, no qual relata sua trajetória, a pessoa com esquizofrenia é apenas um enunciador. Ele ocupa o lugar do “eles”, uma voz presente no texto através de discurso direto, que foi convocada conscientemente pelo emissor a produzir e fazer circular sentidos sobre si próprio e sua patologia. O emissor é o sujeito da enunciação, no caso, o médico responsável pelo blog. Coube a ele conceder espaço e escolher o enunciador que daria seu testemunho. Foi o médico quem definiu o conteúdo do que seria dito, o estilo da escrita, assim como o título e a chamada de identificação do texto. Portanto, a pessoa com esquizofrenia produziu sentidos, fez-se ver e crer no processo comunicativo, porém, de modo regulado por um sujeito da enunciação que legitima-se por meio da profissão médica e ocupa lugar central de interlocução.

No texto 2, o sujeito da enunciação é a pessoa com esquizofrenia. É ela quem produz e faz circular os sentidos, é quem fala, edita e define o que será dito ou silenciado no blog. O texto é sua história, são suas opiniões e sentimentos, ele é o responsável pelo discurso e por responder os comentários dos leitores. Por isso, mesmo sem ocupar um lugar legitimado na cena social, tem lugar central na cena discursiva.

Ainda que ocupem lugares de interlocução distintos, é fundamental ressaltar que em ambos os textos as pessoas com esquizofrenia produziram e fizeram circular sentidos, ou seja, se fizeram ver e crer, e isso justifica-se por apresentarem competências que os qualificavam a atuarem como interlocutores. São elas: o domínio da língua e escrita, que os permitiu produzir textos com sentido, bem construídos e conexos; e o conhecimento das novas tecnologias e da Internet, que foram usados como meios de circulação.

4.3 Identificação, nomeação, qualificação

O primeiro texto foi estruturado a fim de mostrar as várias fases que caracterizaram a vida do autor, entre os momentos de êxito, as quedas causadas pelo surto psicótico, a descoberta da esquizofrenia e, posteriormente, as recaídas geradas pela redução de medicamentos sem orientação médica ou perda de seus efeitos. Para construir os sentidos da esquizofrenia e de si próprio, o enunciador recorreu aos pré-construídos e estruturou seu discurso a partir das “palavras plenas”: “esquizofrenia”, “surto”, “diagnóstico”, “portador”, “doença” e “feliz”.

A esquizofrenia é a doença da qual é “portador”. Foi o diagnóstico que ele recebeu ao ter o primeiro “surto”, que impediu que as grandes expectativas que a família tinha sobre ele se realizasse. Enquanto doença, foi a causa dele estar “diferente”, “falar sozinho”. Porém, depois estar medicalizado e tomando o remédio que atendia às suas “expectativas”, “aconteceu uma virada” e a “esquizofrenia” se tornou a doença superada.

Para mostrar essa superação e negar o sentido de esquizofrenia enquanto loucura e de seu portador como louco, ele apostou em Palavras Instrumentais, os marcadores de frequência, intensidade e temporais: “fui me socializando *cada vez mais*. Quanto mais amigos eu fazia era como se a doença fosse ‘se diluindo’”; “*A partir daí* minha vida ficou do jeito que eu sempre quis”; “*Antes* da doença eu era um rapaz tímido e medroso. *Depois* de passar por toda essa experiência, eu me tornei *mais* forte, corajoso e maduro”. Esses marcadores desnaturalizam a “esquizofrenia” como diagnóstico de exclusão social e mostram que ela não é o fim de uma vida. Pelo contrário, pode ser recomeço, pois é possível “ser diferente” e “feliz”, e a doença ainda melhorar a confiança da pessoa, que, enquanto sujeito social, história e político negou o padrão definido pelo discurso hegemônico, produzindo e fazendo circular sentidos sobre si próprio e sua doença.

No segundo texto, o autor ancorou-se em palavras plenas e instrumentais e pré-construídos, em especial, a “esquizofrenia” para construir sentidos. Por não estar regulado pelo discurso médico, ele não apostou em sua trajetória terapêutica para caracterizar as diversas fases de sua vida, pelo contrário, explorou termos populares que formam um conhecimento leigo, mas bastante significativo sobre a psicose e seus portadores.

Palavras plenas: “esquizofrenia”, “surto”, “estigma”, “pacientes”, “esquizofrênicos”, “diagnóstico”, “sofrimento”, “patologia”, “loucura”, “louco” e

“liberdade”. Destas, “diagnóstico” e “liberdade” foram utilizadas para abrandar os pré-construídos sobre “esquizofrenia” e “esquizofrênico”. De modo que descobrir ser “esquizofrênico” não foi motivo de revolta, mas de “alívio” por um “diagnóstico” adjetivado como “simples” que significou a resposta às suas dúvidas e medos, sendo que o pior era o “desconhecido”.

Outra estratégia de desnaturalização foi o uso da palavra “schizophrenia” em contraste com “esquizofrenia”. A primeira era o título de um disco da banda Sepultura e foi o primeiro contato do autor com o termo, representado por uma pessoa amarrada numa camisa de força, que ele associou à loucura e agressividade. A outra “esquizofrenia”, o diagnóstico que ele recebeu, não tinha esse significado. Contradição que ele demonstrou por Palavras Instrumentais, em especial, marcadores de intensidade, frequência, operadores e conectivos. “Não me achava *um* louco, e *tampouco* agressivo. *Apenas* me achava *um pouco* diferente [...] *um pouco* tímido, não havendo razões para que eu fosse amarrado em uma camisa de força. *Afinal, nunca* havia atirado pedras em ninguém e também *nunca* havia rasgado dinheiro”.

Outro estratégia foi o tempo verbal. O pretérito imperfeito de “Poderia ter/ser” indica o que ele poderia ter sido se não fosse a doença. Entretanto, ele desnaturaliza a construção ao dizer: “valeu a pena e fui um cara feliz”. A palavra plena “felicidade” foi questionada pela interrogação sobre não ter a “patologia” e ter uma vida “normal” serem realmente a fórmula de ser feliz. Para ele, “felicidade” é ser livre e a doença o permite voar para onde queira.

A fim de atenuar o sentido negativo da “esquizofrenia” e do seu portador, ele recorreu a termos mais brandos relacionados à loucura e os usou no diminutivo: “eu era *meio louquinho*”, “dar vazão à *toda maluquice*” e “meu jeito *maluquinho de ser*”. Ele simplificou termos e o diagnóstico e recorreu a uma infantilização da fala para aproximar a “esquizofrenia” do cotidiano das pessoas, desmistificá-la, mostrando que ela não é a ausência de razão, agressividade ou o maior medo que alguém pode enfrentar.

Portanto, nos dois textos, os autores, que possuem capital simbólico e apresentaram um discurso conexo e com sentido, recorreram a diferentes estratégias discursivas dadas por seus contextos para atenuar o estigma e desnaturalizar o sentido da esquizofrenia e seu portador. Em comum, eles ancoram-se nos pré-construídos. Entretanto, o primeiro texto utilizou o discurso médico para enfraquecer a imagem negativa da esquizofrenia e reescrever seus sentidos enquanto doença que pode ser

superada pelo processo de medicalização e é capaz, inclusive, de tornar a pessoa mais forte e melhor. Já o segundo texto, ignorou o processo de medicalização e adotou sentidos e termos populares utilizados no diminutivo e acompanhados de “um pouco” para abrandar o pré-construído da esquizofrenia e de seu portador. Aqui, a pessoa não se recuperou da patologia, que o determinou e alterou sua vivência. Porém, o diagnóstico adjetivado por “simples” foi a resposta de suas dúvidas e medos e permitiu que ele se adaptasse à sua condição, que não foi uma condenação à loucura, mas exaltou suas características de ser “um pouco diferente”, “meio louquinho” e representou a chance de ser feliz, de uma forma que divergiu dos padrões de normalidade, mas permitiu uma liberdade que se alcança num simples fechar de olhos.

Conclusão

Consideramos o discurso como o modo de ação em que as pessoas agem sobre o mundo e sobre os outros (Fairclough, 2001). Nele foi possível notar as marcas das lutas discursivas, que partem daquilo que foi pré-construído para uma reinscrição na cena social, constituída por novos sentidos. Por isso, podemos dizer que o que foi observado aponta para as possibilidades abertas pela disseminação da Internet como meio de enfrentamento da hegemonia de algumas vozes, que poderia resultar numa ampliação de democratização discursiva, permitindo que as pessoas com esquizofrenia tenham voz e sejam respeitadas na sociedade. Por isso, blogs – sejam eles independente ou médicos – tornam-se terrenos férteis ao produzir e fazer circular falas, opiniões e visões de mundo dessas pessoas. Eles disseminam o discurso do portador e atuam na construção de sua identidade como alguém racional, que é parte e relaciona-se com a sociedade. Constituem um novo conhecimento que visa, por meio da informação e da desestigmatização do doente mental, reduzir o preconceito e as desigualdades no mercado simbólico.

Bibliografia

- Araujo, I. S. (2000). *A reconversão do olhar*. São Leopoldo: Unisinos.
- Araujo, I. S. (2002). *Mercado simbólico: interlocução, luta, poder. Um modelo de comunicação para políticas públicas*. Tese. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação, UFRJ.
- Araujo, I. S. (2004). Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. *Interface. Comunicação, Saúde e Educação*, 8(14), 165-178.
- Araujo, I. S., Moreira, A.D; Aguiar, R. (2013). Doenças negligenciadas, comunicação negligenciada. Apontamentos para uma pauta política e de pesquisa. *Reciis*, 6(4).

- Bakhtin, M. (2009). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- Brum, E. (2014). Escutem os loucos. *El País*, 3 mar.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB.
- Foucault, M. (1978). *História da Loucura na Idade Clássica*. São Paulo: Perspectiva.
- Garcia, C. C (2012). *Da loucura à ciência: as imagens e a construção social das notícias sobre os transtornos mentais e de comportamento e seus personagens na Folha de S.Paulo*. Dissertação. Bauru: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp.
- Pinto, M. J. (1999). *Comunicação e Discurso: introdução à Análise de Discursos*. São Paulo: Hacker.
- Romero, E. (1994). *O Inquilino do Imaginário: Formas de alienação e psicopatologia*. São Paulo: Lemos Editorial.
- Romero, E. (1996). *Essas inquietantes ervas do jardim: o normal e o sintomático*. São Paulo: Lemos Editorial.
- Szasz, T. S. (1984). *A fabricação da loucura: um estudo comparativo entre a inquisição e o movimento de Saúde Mental*. Rio de Janeiro: Guanabara.

Biografia

Carla Costa Garcia. Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS), do Instituto de Comunicação Científica e Tecnológica em Saúde (ICICT), da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) e jornalista com especialização em Jornalismo Científico pela Universidade Estadual de Campinas (Labojor/Unicamp). Atualmente estuda comunicação e saúde e trabalha a relação entre o direito à comunicação e o direito à saúde entre pessoas com esquizofrenia; e desenvolvendo pesquisas sobre o direito à voz; a invisibilidade; o proceso de silenciamento; e o discurso e a comunicação como meios de mudança e transformação social. E-mail: carlac.garcia@uol.com.br.

Dialogical research in neglected tropical diseases: The case of the Healthy Living Initiative

Aproximaciones dialógicas a la investigación en enfermedades desatendidas: El caso de la Iniciativa Vivir Saludable

Claudia Nieto-Sanchez, Ohio University, Athens, OH, USA
 Esteban Baus, Pontifical Catholic University of Ecuador, Quito, Ecuador
 Mario J. Grijalva, Ohio University, Athens, OH, USA

Abstract

The World Health Organization (WHO) introduced the category of neglected tropical diseases (NTD) in 2005, as a result of a paradigm shift within the organization aimed at making the impact of tropical diseases on populations living in poverty a global priority. Beyond complex interactions between biological, environmental, economic, and social systems, a categorical definition such as “neglected” entails communication relationships involving populations at risk, scientific communities, health personnel, and policy makers. Authors such as Frank, Bakhtin, and Buber have studied the role of dialogue in social change, emphasizing the need to approach personal narratives as expressed, listened, learned, and experienced by different interlocutors involved in communication processes.

This paper aims to describe the potential for dialogical research addressing NTD in the actual circumstances where they occur. It focuses on the Healthy Living Initiative, a research-based effort designed to facilitate the socio-economic development of communities affected by Chagas disease in southern Ecuador. By describing dialogic instances facilitated through participatory research methods such as Positive Deviance and Most Significant Change, we propose that research can be a powerful vehicle for social change if researchers commit themselves to expand over categorical definitions of poverty to depict the complexities of the human experience that such a social phenomenon encompasses.

Keywords

Chagas disease; Ecuador; neglected diseases; dialogical research.

Resumen

La Organización Mundial de la Salud (OMS) introdujo la categoría de enfermedades tropicales desatendidas (NTD, por su sigla en inglés) en 2005 como resultado de un cambio de paradigma dentro de la organización cuyo objetivo era convertir en una prioridad global la atención al impacto de las enfermedades tropicales en poblaciones en situación de pobreza. Más allá de las complejas interacciones entre los sistemas biológicos, ambientales, económicos y sociales que caracterizan a este grupo de enfermedades, existe una relación implícita entre las relaciones comunicativas que involucran a poblaciones en riesgo, la comunidad científica, el personal de salud y los legisladores. Autores como Frank, Bakhtin, y Buber han estudiado el rol de prácticas dialógicas en procesos de cambio social, enfatizando la necesidad de acercarse a los relatos personales, a la manera como se expresan, escuchan, aprenden y experimentan las enfermedades por los diferentes actores-interlocutores involucrados en dichos procesos.

Este artículo describe el potencial que las prácticas dialógicas de investigación pueden tener en el tratamiento de enfermedades desatendidas en las situaciones específicas en que ocurren. Partiendo del caso de la Iniciativa Vivir Saludable, una

propuesta de investigación diseñada para facilitar procesos de desarrollo socio-económico en comunidades afectadas por la enfermedad de Chagas en el sur del Ecuador, se describen las instancias dialógicas generadas en el marco de la aplicación de metodologías participativas de investigación tales como la Desviación positiva y el Cambio más significativo. Proponemos que la investigación puede ser un poderoso vehículo de cambio social si, como investigadores, asumimos el compromiso de describir la experiencia humana implícita en fenómenos sociales tales como la “pobreza”, más allá de las definiciones categóricas asociadas a ella.

Palabras clave

Enfermedad de Chagas; Ecuador; enfermedades desatendidas; investigación dialógica.

Introduction

The World Health Organization (WHO) introduced the category of neglected tropical diseases (hereafter NTD) as a strategic decision aimed at highlighting the disproportionate impact of infectious tropical diseases over populations living in poverty (Crompton, Daumerie, Peters, and Savioli, 2010). Despite biological differences, NTD share characteristics of social and political order such as such as (i) endemicity in rural or poor urban areas in low-income tropical countries, (ii) high disease burden but low mortality in affected people, and (iii) limited resources invested in their research and treatment despite their ongoing presence along human history.

Geographical overlap in sub-Saharan Africa, Asia, and Latin America, poor sanitation systems, weak health infrastructure, low literacy levels, and logistical costs associated with reaching distant populations, contribute to increasing vulnerability to NTD for about one billion people around the world. According to WHO (2003):

[...] neglect occurs at three main levels: at the community level, fear and stigma can sometimes lead sufferers and their families to conceal their condition. At the national level, these diseases are often hidden – out of sight, poorly documented, and silent, as those most affected have little political voice (...) Neglected diseases lack visibility at the international level as well. Tied as they are to specific geographical and environmental conditions, they are not perceived as direct threats to industrialized countries.

Beyond complex interactions between biological, environmental, economic, and social systems, a categorical definition such as “neglected” entails a communicative character that involves populations at risk, scientific communities, health personnel, and policy makers. This paper aims to describe the potential for dialogical approaches to research addressing NTD in the actual circumstances where they occur. It focuses on the Healthy Living Initiative, a research-based effort designed to facilitate the socio-

economic development of communities affected by Chagas disease in southern Ecuador.

1. Conceptual framework

1.1 Social research in NTD control

The NTD group is comprised of seventeen diseases transmitted by protozoa (Chagas disease, leishmaniasis, American tripanosimiasis), bacteria (Buruli ulcer, trachoma, leprocy, yaws), helminthes (trichuriasis, lymphatic filariasis, onchocerciasis, schistosomiasis), and viruses (dengue, Chikungunya, and rabies). Snails, mosquitoes, and other insects serve as vectors in areas where they are naturally present and reach human populations in their living environments, recreational settings, and during productive activities, among other means.

Even though fundamental connections between biological, economic, and cultural systems are usually mentioned in NTD research and policy documents, little emphasis has been directed to understanding the structural dynamics underlying disease occurrence in impoverished communities. The most recent roadmap for NTD control programs published by the WHO (2012), for example, specifically mentions seven challenges threatening the effectiveness of NTD elimination and control programs. Importantly, none of these challenges refer to issues of prevention and treatment as experienced by affected individuals and communities. In response to these challenges, the London Declaration (Uniting to Combat Neglected Tropical Diseases, 2012), adopted by pharmaceuticals, donors, implementing partners, and national NTD programs, established milestones to be reached by 2020, none of them directly addressing poverty in its political and economic dimensions. Consequently, aspects such as the impact of globalization on social inequalities, the effects of war and conflict on economic growth and communities' wellbeing, the status of local and national public health systems, as well as individual reluctance to adopt control programs, among other issues, remain unexplored (Manderson, Aagaard-Hansen, Allotey, Gyapong, and Sommerfeld, 2013).

The lack of reliable data in this area is paradoxical since the main premise of NTD categorical definition responds to the need of concentrating programmatic efforts on the realities of the populations at risk. As stated by Allotey, Reidpath, and Pokhrel (2013: 5), "The choice of the word "neglect" is pointed and loaded, forcing us to reflect on our social obligations. Inherent in this campaign strategy is an appeal for the recognition of

human suffering and the need for social justice”. In this context, reducing the distance between neglecters and neglected is not only a strategic priority but also an ethical imperative for scientists, program designers, and researchers. Acknowledging the principle that an intervention is sustained in a fundamental communication relationship, dialogical research emerges as a promising perspective to open avenues leading to more effective understanding of issues of poverty in NTD control programs.

1.2 Dialogical approaches to research

Arthur Frank (2005: 966) describes dialogical research as a dialogical encounter in which both researcher and participants are subjects of change as a result of an unfolding relationship that takes place in a unique time and space. In attempting to sustain the dialogical nature of the encounter, the researcher makes a conscious choice to overcome categorical definitions of persons and their circumstances assigned by the technicalities of scholarly work. In Frank’s words, “research is, in the simplest terms, one person’s representation of another”. Therefore, the researcher assumes the need to explore and represent the complexities of life as experienced by research participants as an ethical imperative to produce more accurate knowledge about the issues at hand. Instead of assuming the position of a detached external observer, the dialogical researcher fully recognizes her/his involvement in the accomplishment of a particular site of knowledge articulated through research, and commits her/himself to the generation of new dialogues and new learning.

Dialogical research draws upon the idea of unfinalizability proposed by Bakhtin (1981). From a dialogical point of view, human beings should remain unfinalized because they are in ongoing construction as a result of their relationship with others and the surrounding world. Bakhtin (1981: 365) argues that making final statements about the other denies the active role of heteroglossia in the definition of self and the other. The “Contradictory, multi-speeched and heterogenous” languages colliding in a single utterance can never provide an accurate idea of the wholeness of existence. In representing the other, we should beware of the danger of fixating her/him under partial lenses derived from the multiplicity of voices interacting in our co-created situation. Instead, we should make a conscious effort to report the limiting conceptions of that partiality as dialogically as possible. Consequently, a dialogized encounter involves an understanding of multiple meanings, a realization of complexity, an awareness of mutuality, but especially, a sense of unfinalizability.

Even though categorical definitions are required to organize bodies of knowledge, they also can be restrictive as they predefine people and situations even before entering in contact with them.

Social science presents those it describes –its characters– as coinciding with specific typologies, themes, and theories. This coincidence is acknowledged to be, in principle, always inexact. But the remainder of what does not coincide is placed in the background: What gets work published is the degree to which its coincidence can be claimed (Frank, 2005: 968).

That remainder is exactly what could be missing in the understanding of diseases of poverty: the wholeness of lived experience beyond categorical definitions. The ethical imperative underlying issues of social justice such as poverty and health equity as stated by NTD creates an important responsibility from a research point of view.

The next section presents the case of the Healthy Living Initiative (HLI), a multidisciplinary effort interested in creating spaces for dialogical research in the design of a Chagas disease prevention model in Southern Ecuador.

2. Description of the case: The Healthy Living Initiative

Chagas disease is caused by *Trypanosoma cruzi*, a parasite present in the feces of bloodsucking insects known as triatomines, that affects around 8 million people mainly in Central and South America, Mexico and the South of the United States (Hotez, Bottazzi, Franco-Paredes, Ault, and Periago, 2008). People become infected with *T. cruzi* through different sources, the most frequent one by direct contact with the feces of infected triatomines. Triatomines infest the walls, roofs, and floors of poorly constructed houses and get in touch with people while they are sleeping. Chagas disease has been labeled a NTD because it disproportionately affects people living in poor and marginalized communities in tropical climates with limited or no access to health services, adequate housing infrastructure, clean water, or disease prevention practices.

In Ecuador, Chagas disease affects around 230.000 people (Pan American Health Organization, 2006). Due to the limited effectiveness of traditional Chagas disease control strategies (Grijalva, Suarez-Davalos, Villacis, Ocaña-Mayorga, and Dangles, 2012), the Tropical Disease Institute at Ohio University and the Center for Infectious Disease Research at Catholic University from Ecuador formulated the Healthy Living Initiative (HLI). This is a multi-disciplinary project aimed at addressing the interrelated biological, social, economic, and political factors that drive Chagas disease in

communities challenged by persistent poverty in southern Ecuador. HLI works on the premise that the combination of scientific expertise and local knowledge can lead to sustainable prevention of Chagas disease; therefore, proposes a model that considers infrastructure improvement, health promotion, and income generation activities, all of them articulated through ongoing processes of communication, capacity building, and partnerships with local communities. In this context, HLI developed Healthy Homes for Healthy Living (HHHL), a research-based effort focused on designing, implementing, and evaluating living environments capable of preventing houses' colonization by triatomines. Based on the principles of global health communication (Waisbord and Obregon, 2012) and a culture-centered approach to health promotion (Dutta, 2008), HHHL has added narrative and assets-based research methods to traditional biomedical research. The idea is reducing the marginalization of populations at risk and facilitating local communities' empowerment as active agents in the design of solutions for their own health.

As a first step in this direction, HHHL designed spaces of collaboration between researchers with background in the humanities, as well as natural and biomedical scientists, and members of local populations in order to design a housing prototype adapted to the social, geographical, and cultural characteristics of Loja province. Besides multiple sessions of participatory design led by architects and designers, HHHL applied Positive Deviance (PD) approach to conduct formative research to collect information on existing practices concerning houses' physical structure, maintenance, hygiene, and organization. As an asset-based theoretical and methodological approach to community development (Singhal, 2011), PD seeks to identify resources already used by local populations to solve challenges they face on a daily basis. In this case, HHHL was interested in identifying knowledge and practices deemed protective of insects' presence by local families who had not shown triatomines' presence in their homes during entomological searches conducted by the Ministry of Health in 2010, 2011, and 2012. In addition, this research identified local attitudes towards the idea of a "healthy home" as a protective measure facing Chagas disease (Nieto-Sanchez, Baus, Guerrero, and Grijalva, 2015).

When encouraged to do so, positive deviants depicted coping strategies, particular priorities, and concrete forms of competence that were not frequently acknowledged through spoken language, but played important roles in their quotidian activities. The dialogical encounters generated through this research created an opportunity to express

local knowledge as valued expertise and as a concrete contribution to the resolution of health issues potentially affecting the participants' health, as well as the health of their communities. The practices listed by positive deviants reflect agency, problem-solving capacity, and awareness of the interactional complexities between human beings and their living environments, which can lead to new understandings for more effective control strategies in neglected diseases.

An important impact of using PD as a research method was the possibility of constructing more complex depictions of the practices and priorities shared by community members through in-depth interviews, on-site visits, structured observations, action dialogues, and drawings. Particularly in relation to the uses of the space and meanings associated to the idea of "home", for example, positive deviants shared the following excerpts:

I like my entire house because it is the place where I live. I like this spot better because here we have our little table, it's fresh, and you can breathe fresh air. Here my wife serves the coffee or the lunch and we spend our time (Male, Chaquizhca, 63).

I like all my house, it doesn't matter how old it is. When the crops are growing, it looks very nice. I take my cane and love walking by the plants. We had cassava plants but the river washed it all. I love to seat here, looking at people going up and down the hill. I like to play jokes on them because I know everybody, haha! One has to smile – it is not fun to be serious all the time! (Female, Guara, 70).

I think my house is nice. When I'm seated here I can see far away and rest. At least I can see the cars that go back and forth, or the people who walk by the road. From here I can see my sister and nephew's house. I like it here because it is pretty... I can see everything. I come to this spot when I'm not working to smoke my tobacco. Sometimes my friends come and make some noise; they come just to talk. We like jokes and we are very good at yarning. We also have nicknames for everybody but only we know them (Male, Chaquizhca, 67).

Preformed and possibly detached notions of expertise can be challenged if they are exposed to local practices emerging from concrete experiences, such as those described by positive deviants. And while the negotiation of expertise can be particularly difficult when dealing with public health issues, it is critical to consider the multiple sources of information that can affect a project's impact. Protecting populations at risk is –and should be– a priority requiring efficient use of critical resources such as money and time. But the need for efficiency should not prevent a researcher from questioning preconceived ideas about research participants derived

from categorical definitions.

Similarly, HHHL conducted regular assessments of the appropriation of the first prototype constructed by the project using the Most Significant Change methodological approach (Davies and Dart, 2005). A nine-member family from Guara, one of the communities focused by HLI, partnered with HHHL to replace their former house with the first anti-triatomine house proposed by the project.

Designed as a participatory monitoring and evaluation research method, MSC is inductive in essence. It is based on collecting stories derived from the central question, “Looking back over [a specific period of time], what do you think was the most significant change in [a particular domain of change]?” Different from the specific and measurable indicators required in traditional approaches to projects’ planning and evaluation, MSC’s domains of change are deliberately loose in order to give space for subjective interpretations of impact as registered by research participants.

Dura, Felt, and Singhal (2014) introduced the idea of *cultural beacons* as “culturally embedded, user-defined aids for understanding program-related change” (98). Some elements included in the partner family’s narratives derived from this MSC study could be related to this concept: the father, for example, mentioned that now it is possible for the family to host other members of their extended family more comfortably when they come to visit. One of the youngest children mentioned that the new floor is very “cool” because he spends less time mopping when he helps his mom to clean the house. Moreover, the mother mentioned a visible improvement in the general health of the family. According to her, the kids have not caught any colds since they moved to the new house.

Important portions of the feedback obtained in the interviews that were part of this MSC study highlighted different instances in which HHHL field personnel was able to communicate the project’s goals in terms of family priorities and beyond programmatic agendas. That level of interaction is evident in statements such as:

Being partners means giving advice to other fellows, encouraging them to do things because sometimes we want things to happen all out of the sudden [...] Being partners also means that we can help you [HHHL] in the work you are doing. But being partners mainly means taking care of our house, keep it organized, and beware of any bug coming in. We all worked here and that’s what we can do for each other (Father).

I actually missed them (HHHL personnel). Sometimes I needed things from the city and they always brought them from me. And just for talking: If I

was alone in the kitchen, they used to come and asked me ‘how do you feel?’ I felt good, happy for having them around (Mother).

These statements illustrate an interaction in which researchers and research participants saw themselves as agents of change. This perception could be the result of ongoing dialogical encounters in which both researchers and participants actually worked together to generate solutions derived from the mutual understanding of motives. This process was enhanced by the commitment and trust built throughout shared activities such as gardening, reorganization of peridomestic areas, and construction of alternative shelters for domestic animals.

Buber (1956) compels us to think about the wholeness of life, to approach the other as a full human being that we cannot see when our purposes are so rigid and our behavior so single minded that we miss (in the literal sense of losing) the opportunities offered by dialogue. Individuals can confirm each other when they acknowledge the validity and importance of other human experiences even under conditions of disagreement or difference. Methodologies such as MSC allow researchers to depict the complexities of human experience by validating emerging criteria that include satisfaction, pride, happiness, identification and intrinsic motivation as information worth consider by program designers when designing sustainable prevention programs.

3. Discussion

The dialogic interactions previously described were generated throughout different research processes illustrating the idea of dialogical research as understood by the Healthy Living Initiative. Even though the intervention was not initially formulated under that premise, it has grown in the understanding of the complexity entailed in social phenomena such as poverty, and the enormous power of dialogue for reframing what seems to be known about neglected diseases.

Researchers language and orientation play a significant role in creating a space that make possible the “sound” alluded to by Bakhtin (1981: 335) when stated, “it is impossible to represent an alien ideological world adequately without first permitting it to sound, without having first revealed the special discourse peculiar to it”. In developing NTD control strategies, researchers can more thoroughly address the limiting characteristics of poverty by overcoming simplifications produced by technical language and generating genuine dialogue that can approach its concrete site of

knowledge beyond categorical definitions. As explained by Watzlawick, Weakland, and Fish (2011: 97), “membership in a given class is very rarely exclusive [...] Which of these membership attributions is considered, overlooked preferred, feared, etc., is pretty much the outcome of choice and circumstances”. Coming from the contingencies of our experience, researchers’ orientations can enhance or prevent dialogue from happening depending on, among other factors, the extent to which we are willing to negotiate previously acquired knowledge in order to co-construct new understandings in which research participants can effectively participate.

Issues of confirmation and disconfirmation also emerge when exploring research from a dialogical point of view. Buber (1956) referred to the idea of confirmation when he studied the immense capacity of human beings to confirm each other as persons, while accepting their individual becoming in difference. Individuals confirm each other when they acknowledge the validity and importance of other human experiences even under conditions of disagreement or difference. In his words (Buber, 1956: 79), “I struggle with him as his partner, I confirm him as creature and as creation, I confirm him who is opposed to me as him who is over against me”. Following this line of thinking, Laing (1961: 82) describes disconfirmation as a possible expression of individuals’ mistrust in the agency of others: “A confirmatory response is relevant to the evocative action, it accords recognition to the evocatory act, and accepts its significance for the evoker, if not for the respondent”. In contrast, disconfirmation ignores the value of our existence in otherness by reinforcing negative emotions such as guilt, shame or anxiety. Whatever form it takes, disconfirmation makes a priority of the I-It relationship, the reduction of persons to suit narrow utilitarian purposes, and forgets the I-Thou call for wholeness.

Conclusion

By meeting in a dialogical encounter, both researchers and local participants can reach a place where their respective valuable notions can be exchanged and more accurate and ethical definitions of the problem at hand can be co-constructed. Even more importantly, researchers should be willing “to be unsure, to be wrong, to try things” (Rawlins, 2014) in order to maintain the vitality and meaning of their encounters throughout the whole process from data collection to report. Worldviews,

histories, differences, and similarities emerge and acquire concrete relevance when they are shared in the specific spaces of conversation generated through dialogical research.

Avoiding fixed, hopeless, and finished ideas of the other seems to be the most important challenge for NTD control programs. Dialogical research provides important information, not only to expand the knowledge discussed in academic scenarios regarding NTD, but even more importantly, to enhance the effectiveness of control strategies. As celebrated by Frank (2005: 968), “researcher and participant came together in some shared time and space and had diverse effects *on each other*”. The mere experience of such humanizing encounters should be as fully treasured as the learning opportunities that they create.

Bibliography

- Allotey, P., Reidpath, D. D., & Pokhrel, S. (2010). Social sciences research in neglected tropical diseases 1: the ongoing neglect in the neglected tropical diseases. *Health Research Policy and Systems*, 8(32), 1-8. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2987896/>.
- Bakhtin, M. M. (1981). *The dialogic imagination: four essays*. Austin: University of Texas Press.
- Buber, M. (1956). *The knowledge of man: A philosophy of the interhuman*. New York: Harper and Row.
- Crompton, D. T., Daumerie, D., Peters, P., & Savioli, L. (2010). *Working to overcome the global impact of neglected tropical diseases: first WHO report on neglected tropical diseases*. Geneva, Switzerland: World Health Organization, c2010.
- Davies, R., & Dart, J. (2005). *The Most Significant Change (MSC) Technique: a guide to its use*. Retrieved from <http://www.mande.co.uk/docs/MSCGuide.pdf>.
- Dura, L., Felt, L. J. & Singhal, A. (2014). *What counts? For whom? Evaluation and Program Planning*, 98. doi:10.1016/j.evalprogplan.2014.01.001
- Dutta, M. J. (2008). *Communicating health: A culture-centered approach*. Cambridge: Polity.
- Frank, A. W. (2005). What is dialogical research, and why should we do it? *Qualitative Health Research*, 15(7), 964-974.
- Grijalva, M., Suarez-Davalos, V., Villacis, A., Ocaña-Mayorga, S. & Dangles, O. (2012). Ecological factors related to the widespread distribution of sylvatic *Rhodnius Ecuadoriensis* populations in Southern Ecuador. *Parasites & Vectors*, 5(1), 17-26.
- Hotez, P. (2008). *Forgotten people, forgotten diseases*. Washington DC: American Society for Microbiology.
- Hotez, P. J., Bottazzi, M. E., Franco-Paredes, C., Ault, S.K. & Periago, M.R. (2008). The neglected tropical diseases of Latin America and the Caribbean: a review of disease burden and distribution and a roadmap for control and elimination. *PLoS Neglected Tropical Diseases*, 2, e300. Retrieved from <http://www.plosntds.org/article/info:doi/10.1371/journal.pntd.0000300>.
- Hotez, P. J., Molyneux, D. H., Fenwick, A., Kumaresan, J., Sachs, S. E., Sachs, J. D., & Savioli, L. (2007). Control of neglected tropical diseases. *The New England Journal of Medicine*, 10, 1018.

- Laing, R. D. (1961). *Self and others* [by] R.D. Laing. Harmondsworth: Penguin.
- Manderson, L., Aagaard-Hansen, J., Allotey, P., Gyapong, M., & Sommerfeld, J. (2013). Social Research on Neglected Diseases of Poverty: Continuing and Emerging Themes. *Plos Neglected Tropical Diseases*, 3(2). Retrieved from <http://www.plosntds.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pntd.0000332>.
- Nieto-Sanchez, C., Baus, E. G., Guerrero, D., & Grijalva, M. J. (2015). Positive deviance study to inform a Chagas disease control program in southern Ecuador. *Memorias Do Instituto Oswaldo Cruz*, 0.
- Pan American Health Organization (2006). *Technical Report: Quantitative Chagas disease estimates*. Vol. OPS/HDMCD/425-06.
- Rawlins, W.K. (2014). Brimming moments: Rhythm, will, readiness, and grace. *Departures in Critical Qualitative Research*, 3(1), 76
- Singhal, A. (2010). Communicating What Works! Applying the Positive Deviance Approach in Health Communication. *Health Communication*, 25(6/7), 605-606. doi:10.1080/10410236.2010.496835
- Singhal, A (2011). Turning diffusion of innovations paradigm on its head: The Positive Deviance approach to social change. In A. Vishwanath, G.A. Barnett, *The Diffusion of Innovations: A communication science perspective* (pp. viii, 239). Peter Lang: New York.
- Uniting to Combat Neglected Tropical Diseases (2012). *London Declaration on Neglected Tropical Diseases*. Retrieved from http://unitingtocombatntds.org/sites/default/files/resource_file/london_declaration_on_ntds.pdf.
- Waisbord, S. & Obregon, R. (2012). Theoretical divides and convergence in Global Health Communication [electronic resource]. In Rafael Obregon and Silvio Waisbord (eds.). *The handbook of global health communication*. Chichester [England]: Wiley-Blackwell.
- Watzlawick, P., Weakland, J. H., & Fisch, R. (2011). *Change: principles of problem formation and problem resolution*. New York, N.Y.: W.W. Norton & Co.
- World Health Organization, WHO (2003). *Intensified control of neglected tropical diseases*. Retrieved from http://whqlibdoc.who.int/hq/2004/WHO_CDS_CPE_CEE_2004.45.pdf.
- World Health Organization, WHO (2012). *Accelerating work to overcome the global impact of neglected tropical diseases – A roadmap for implementation*. Retrieved from <http://www.emro.who.int/neglected-tropical-diseases/ntd-infocus/ntd-roadmap.html>

Acknowledgement

The authors thank the communities of Bellamaria, Chaquizca and Guara for their collaboration in this research. Technical assistance was provided by Darwin Guerrero, Juan Guillermo Gomez, Sylvia Jimenez, Anita G. Villacis, Sofia Ocaña-Mayorga and Cesar A. Yumiseva at PUCE, as well as members of the Healthy Living Initiative Development Team at Ohio University. Methodological advice was provided by Claudia Hale at Ohio University. We also thank Cynthia Hannah for her reviews during the writing of the manuscript.

Biography

Claudia Nieto-Sanchez is a Doctoral Student in an interdisciplinary PhD program on Health Communication and Public Health at Ohio University. E-mail: cn048511@ohio.edu.

Esteban Baus is Program Associate at the Center for Infectious and Chronic Disease Research (CICDR), School of Biological Sciences at Pontifical Catholic University of Ecuador. E-mail: egbaus@ohio.edu.

Dr. Mario J. Grijalva is Director of the Tropical Disease Institute at Ohio University and the Director of CICDR. E-mail: grijalva@ohio.edu.

Quando despertaron, la democracia todavía estaba allí

Upon awakening, democracy was still there

Antonio Alaminos Chica, IUDESP, Universitat d'Alacant.

Clemente Penalva Verdú, IUDESP, Universitat d'Alacant.

Resumen

Las formas de la protesta social en España, entendidas como prácticas de participación política, contienen elementos que remiten a la recuperación y la práctica por parte de la ciudadanía de lo que consideran como “verdadera democracia”. En un contexto de crisis económica y social, frente a la ausencia de soberanía de unos gobiernos sometidos que prefieren rescatar a los bancos antes que a la ciudadanía; la sociedad española intenta rescatar la democracia.

En España, tras caer desde las cotas más altas del consumo al enorme socavón de desempleo y pobreza; y tras los sucesos del 15M y el movimiento asociado surgido a la sazón, se puede observar cómo la protesta social ha pasado de la reivindicación de una democracia real como objeto difuso y multidimensional, a la reivindicación de recuperación de las facetas concretas del Estado de Bienestar (principal logro de la democracia representativa liberal) que han sido canceladas por las políticas económicas de austeridad.

El análisis de las formas de protesta (movilizaciones, manifiestos) nos lleva al encuentro con dos tipos de participación política: a) un tipo de participación política que supone una continuación con el 15M (con un mayor peso del componente expresivo, emocional de la acción política) que tienen como marco de producción de discursos y prácticas la idea de transformación social hacia otro modelo productivo y medioambiental, de representación política, de cambio cultural; y b) un tipo de participación política (con un mayor peso del componente racional, cognitivo) que tiene como marco de producción de discursos y prácticas la resistencia (retorno, adaptación) frente a la mutación del Estado. Como ejemplos del primer modelo tendríamos las convocatorias, de "Rodea el congreso", "Marchas de la dignidad" y "Escrachés"; como ejemplos del segundo se identifican las "Mareas ciudadanas". Entre medias se pueden encontrar las Plataformas de Afectados por la Hipoteca (PAH).

Palabras clave

Movimientos sociales; cultura de consumo; protesta; participación política; sociedad civil.

Abstract

The types of social protest in Spain, that have been understood as practices of political participation, contain elements referred to participation as the way to recover what is understood as "true democracy". In a context of economic and social crisis, Spanish society faces the absence of sovereignty of a subjected government that prefer rescue banks rather than citizens, and try to rescue democracy.

In Spain, after falling from the highest levels of consumption to huge pockets of unemployment and poverty; and after the events of 15M and associated movements emerged at the same time, it can be seen how social protest has passed from the claim for real democracy (as a diffuse and multidimensional object) to the vindication of recovery of specific aspects of the welfare state (main achievement of liberal representative democracy) that have been canceled by the economic policies of austerity.

The analysis of political protest forms (demonstrations, manifestos) leads us to find two types of political participation: a) a continuation of the 15M (with a greater expressive and emotional weight) which has the idea of social transformation to another model of political representation as its practical and discursive frame, in order to achieve a cultural productive and environmental change; and b) a kind of political participation (with a bigger rational and cognitive component) that has the resistance to the mutation of the State as its practical and discursive frame. We can find, as an example of the first model, the so-called "surrounding the congress", "dignity marches" and "scraches". We can identify "citizens tides" as examples of the second one. In between them, we find platforms as "PAH" (affected by mortgages).

Keywords

Social movements; consumer culture; protest; political participation; civil society.

Agradecimientos

Esta investigación se ha desarrollado en el contexto de un Proyecto Europeo del Programa Marie Curie, IRSES2, dirigido por el profesor Gary Spolander y coordinado en España por la profesora María Asunción Martínez Roman. REF. FP7-PEOPLE-2012-IRSES. CIVIL-SW. *Civil Engagement in Social Work: Developing Global Models.*

Biografía

Antonio Alaminos Chica es Catedrático de Sociología en la Universidad de Alicante. Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico: alaminos@ua.es

Clemente Penalva Verdú es Profesor de Sociología en la Universidad de Alicante. Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico: Clemente.Penalva@ua.es

Post-political articulations of democracy: a critical review of the anti-austerity protest discourses

Rearticulaciones post-políticas de la democracia: una revisión crítica de las protestas contra la austeridad

Jonas Van Vossole, Centro de Estudos Sociais, Universidade de Coimbra

Abstract

The economic conditions and austerity policies in Southern Europe have produced a hegemonic crisis of democracy. While unions and the traditional left questioned the idea of a democracy without its social substance in the form of social right, new social movements have radicalized the idea. Demanding “Democracia Real Ya!”, they directly attacked representation and the political system as a whole. This paper makes a critical analysis of the anti-political and anti-ideological stance of the newest social movements in Portugal and problematizes its possible articulation with the post-political elements of the dominant neoliberal form. Therefore, it first discusses the concept of depolitization and post-politics and its link with the dominant neoliberal ideology. This framework is then applied to the founding manifestos of a selection of 6 anti-austerity social movements: Movimento Geração á Rasca, Movimento 12 Março, Acampada do Rossio, Indignados de Lisboa, Acampada de Coimbra and Que Se Lixe a Troika. In each of these manifestoes the elements that reflect the post-political discourse about democracy are selected and criticized. These elements include the self-identification as “personal” and “post-ideological”, taking distance of (party) politics and addressing the crisis as a problem of “politicians”. We will argue that this critique of “the old way of doing politics” and the post-ideological stance, as well as the illusions in participative democracy as such, actually are Fukuyamaist, and avoid addressing the structural problems of the political economy behind the crisis. A conscience of these post-political elements is crucial to avoid a cooptation of this discourse in the dominant neoliberal framework and to make possible an articulation with other anti-capitalist forces in order to bring forward a unified counter hegemonic discourse able to mobilize and politicize the different layers of society against austerity policies.

Keywords

Austerity; depolitization; social movements; protest; democracy.

Resumen

Las condiciones económicas y políticas de austeridad en el sur de Europa han producido una crisis hegemónica de la democracia. Mientras que los sindicatos y la izquierda tradicional pusieron en duda la idea de una democracia sin su sustancia social, los nuevos movimientos sociales han radicalizado la idea exigiendo una “Democracia Real Ya!”, han atacado directamente la representación y el sistema político en su conjunto. En este trabajo se hace un análisis crítico de la postura anti-política y anti-ideológica de los nuevos movimientos sociales en Portugal y se problematiza su posible articulación con los elementos post-políticos de la forma neoliberal dominante. De acuerdo a lo anterior, se analizará el concepto de despolitización y la pos-política y su relación con la ideología neoliberal dominante aplicándolo a los manifiestos fundacionales de una selección de 6 de los movimientos sociales contra la austeridad: Movimento Geração á Rasca, Movimento 12 de Março, Acampada do Rossio, Indignados de Lisboa, Acampada de Coimbra y Que Se Lixe a Troika. En cada uno de estos manifiestos se seleccionarán y se analizarán los

elementos que reflejan el discurso post-político sobre la democracia. Estos elementos incluyen la auto-identificación como “personal” y “post-ideológica”, la tomada de distancia de la política (partidos) y el enfoque de la crisis como un problema de “los políticos”. Vamos a argumentar que esta crítica de “la vieja forma de hacer política” y la postura post-ideológica; así como las ilusiones en la democracia participativa, en realidad son Fukuyamaistas, y evitan hacer frente a los problemas estructurales de la economía política detrás de la crisis. Una conciencia de estos elementos post-políticos es crucial para evitar una cooptación de este discurso en el marco neoliberal dominante y para hacer posible una articulación con otras fuerzas anticapitalistas con el fin de presentar un discurso contra-hegemónico unificado capaz de movilizar y politizar diferentes capas de la sociedad contra las políticas de austeridad.

Palabras clave

Austeridad; despolitización; movimientos sociales; protestas; democracia.

Introduction

In the past few years, the deep social crisis severely shattered the previously existing consensus on the existing liberal electoral democracy in austerity-ridden Europa. In previous work (Van Vossole, 2014; Van Vossole & Castro, 2014) I have tried to explain the crisis of democracy in Portugal as a divergence of different models and discourses about democracy in the Portuguese society. An important part of this divergence was provoked by the contestation of electoral, representative democracy, by the large number of new social protest movements that rose from the ashes of the continuing crisis and reclaimed “True democracy”. This epistemological opening around the concept of democracy a situation of demodiversity the peaceful or conflicting coexistence [...] of different models and practices of democracy” (Santos, 2005: lxiii) is an important element for having the possibility to re-articulate the discourses about democracy in a counter hegemonic model, able to mobilize resistance for an anti-capitalist alternative. In this article, however I want to address the problematic postpolitical elements of the discourse about democracy of these new social movements. Their parallelism with the dominant discourse about democracy makes parts of the protest-discourse prone for a re-articulation with dominant depoliticized discourses about democracy. Conscience about these elements is thus crucial to safeguard the critical possibilities of these movements and to build a contra-hegemonic narrative that challenges the power-position of the post-political and technocratic discourse of neoliberal democracy in the austerity context. First this paper shall discuss the concept of depolitization and post-politics and how this is part of the dominant neoliberal ideology. Then we will discuss how this post-political elements are reflected

in the discourses of the new protest movements in Portugal. Finally we will discuss how these post-political elements are problematic, both in the analysis as in the presented solutions according to the post-political discourses.

1. The Post-Political democracy

The dominant, neoliberal discourse about democracy is based upon electoral representative conception, limited by a liberal division between public and private space. Democracy is narrowed down to the electoral act by which citizens every 4 to 5 years have the right to choose their representatives from recognized political parties. Those representatives have then the right to conduct “responsible” policies; but their area of power is increasingly limited by the primacy of the market in ever increasing areas of social life. In the case of the European countries under Troika governance, these limitations have been brought to their limits; through the limitation of political sovereignty by globalization, the agreements with the troika and the power of financial markets due to their influence on state finances and debt.

Based upon Slavoj Žižek, Jacques Rancière and Chantal Mouffes (1994, 2005) conception of the Political, Swyngedouw (2009: 613) sums up the elements characterizing a post-political conception of post-democracy: 1. The externalization of problems which are integral/inherent to the relations of Global neoliberal capitalism, while side-effects are portrayed as a total threat. 2 populist politics that elevate the interest of an imaginary “the people” to a universal level and therefore foreclosing the “opening spaces that permit the universalizing of the claims of particular groups or classes”. 3 the ‘enemy’ or the target of concern is continuously externalized and disembodied. The ‘enemy’ is always vague, ambiguous, unnamed and uncounted and, ultimately, empty. 4. The target of concern can be managed through a consensual dialogical politics and, consequently, demands become depoliticized and politics naturalized.

In the discourses that will follow, this paper critically analyses the ways how the concept of democracy is rearticulated in the post-crisis period show elements of such “depoliticization”. Depoliticization or post-political is here used as a container concept which according Swyngedouw (2009) means “a reduction of the political, it evacuates if not forecloses the properly political and becomes part and parcel of the consolidation of a postpolitical and postdemocratic polity”. This container contains overlapping

categories, both Anti-party¹, which reduces the possibility of organized antagonistic collective struggle, and Anti-political and Post-political discourses, that mainly concern the dissociation between politics and disagreement. (Clarke, 2012)

2. The protest-movements' discourses

A selection has been made with six of the “newest” social protest movements that surged in the post-crisis period, including Movimento Geração á Rasca (2011 - GR), Movimento 12 Março (2012 - M12M), Acampada de Lisboa (2011 - AL), Indignados de Lisboa (2011 - IL), Acampada de Coimbra (2012 - AC) and Que Se Lixe a Troika (2013 - QSLT). All 6 are characterized by the fact that they emerged as protest movements against the crisis and the austerity policies and that they were independent of the “old way of doing politics” that is to say, independent of trade-unions and political parties.

These movements have been pluralistic, involving people from a wide array of political and social backgrounds society. Some had been active in political organizations and trade-unions for years, but more had their first time experience in broad mobilizations. Many of them had overlapping participations, and the ideas that came out of the assembly movements varied according to the organizational relations inside; some being dominated by organized political groups, others by discourses of experienced individual activists.

The ideas and discourses reflected by such a heterogeneous multitude of people are thus in themselves very heterogeneous, both in discourses as in personal composition. Some of them, such as the Geração á Rasca, Movimento 12 de Março or Que Se Lixe a Troika have known huge demonstrations, but were organized by a relatively small group of activists, while other – assembly – movements, such as Acampada de Coimbra, Acampada do Rossio and Indignados de Lisboa have been much smaller; involving more horizontal debates among participants, and have had fluctuant participation.

If we consult the founding manifestos of these movements, all have made claims about democracy; in some way of the other contesting the democratic character of the government and Troika imposed policies. The only exception here is Geração á Rasca which was initially focused on the rights of the young generation without a future. But

¹ A deeper analysis of how anti-party discourse is part of the anti-political / depoliticized discourse will be developed elsewhere.

as the movements' mobilization quickly became a vehicle of wider protests, the claim of "democracy" became part of the discourse of its sequel Movimento 12 de Março; something which is clearly stated in the latter Manifesto: "Struggling (à Rasca) and outraged (*Indignados*) but with proposals: we were more than 500.000 - This was the day when we claimed: We are the democracy".

Most of them presented explicit political and traditionally leftwing and anti-capitalist aims, in particular an opposition to Troika and austerity (AL, M12, QSLT) and against the law of markets governing Portuguese society (AL, IL, M12, AC, QSLT) and in defense of 25 April (M12M). The rest of this paper however, will concentrate on the discursive conceptions of democracy that could be addressed as post-political. I do not claim that these presented elements are a representative reconstruction of the ideas of the newest social anti-austerity movements, the politicized elements are as important. But addressing and criticizing these selected depoliticized conceptions of democracy – which have been moreover been considered enigmatic for these kind of movements internationally – is an important step to understand "dangers" of being coopted by mainstream capitalism-legitimizing discourses and continue a practical critique of neoliberalism through the mobilization of similar social movements that reclaiming democracy against neoliberalism and capitalism.

The 6 movements could be divided in 2 categories; the broad mobilizations and the smaller assembly movements. The broader mobilizing movements such as GA, M12M and QSLT were themselves organized by a smaller group of activists, many of them coming from a background of organized social movements and political organizations. QSLT for example united various activists the Left Block and the Communist Party. The manifestos of these movements show considerably less "anti-political" or "anti-party" statements. It is nevertheless remarkable that none of these three manifestos explicitly mentions the traditional political forms of organization and representation, such as parties and trade-unions. This absence is in itself a significant part of political discourse and can be seen as representing a general anti-political and anti-party mood in society.

In these three manifestos a particular importance is given to the participative dimension of the democratic imaginary which of time becomes more "politicized": In the case of GA this happened in a rather "naïve" depoliticized context - which explains why the movement got support from people and movements on the oppositional right – in particular the JSD, and even the extreme right. The Geração à Rasca manifesto had

the title “nonpartisan², secular and pacific mobilization” and states: “We protest so that all the responsible people for our actual situation of uncertainty – politicians, employers and ourselves – act together for a quick change of this reality, which has turned up to be unsustainable... We protest for a solution and want to be part of it”. In the following manifesto of the M12M, this changed; the manifesto changed to: “The policy-makers have not listened to us!”, and the renewed appeal for “civic participation” becomes one in which democratic participation becomes a protest activity against the policy-makers instead of with them; in which democracy is reclaimed through this activity: “Democracy is what we make from it”. No mentioning of any political organized structure or practice of representation though.

This is different in the manifesto of QSLT whose organizing committee, as mentioned before included “hidden”³ activists of the PCP and the Left Bloc. It presents itself as “a place of encounter of the various democratic anti-troika currents”. Nevertheless it is cautiously stating “We don’t have the pretension of representing organizations or social sectors. We want to discuss and bring together initiatives with the aim of bringing down the government and all the future governments collaboration with the Troika-programs.”

In the three assembly movements the depolitical elements seems to be stronger. Of those three – the Acampada de Lisboa is the one which shows less elements of depolitization in its discourse, as among its members were many organized political party-activists; though also AL states: “We are not against politics but we do not represent any party or trade-union”. In both the assembly movements of Lisboa and Coimbra there was a struggle between those organized militants (coming from Bloco de Esquerda, MAS, Rubra, SR...) and organized and anarchistic activists who mistrusted any kind of organization, particularly the organized activists intervened as such in the meetings. The suspicion against party-political militants inside, a total disbelief in the legitimacy of electoral party-led democracy and widespread ideas of corruption of political organizations was reflected in the remaining manifestos.

In its “Manifesto Primavera Global Coimbra”, the acampada de Coimbra appealed for an “nonpartisan, secular and pacific mobilization” repeating the slogan of Geração á Rasca; “we will occupy the squares to build it! We will remain on the squares to create

² Translation from PT: “a-partidario”

³ The fact that they need to remain “hidden” – and that the press “revealed” their identities equally says a lot about the general anti-party sentiment.

places of debate, sharing and free expression, really democratic, in order to collectively built alternatives and delineate resistance strategies to the politics that bring more than 99% of the population to poverty while a very small minority gets increasingly richer.” Most anti-political and de-political elements however come in the manifesto of “Indignados de Lisboa”, an assembly movement which surged as a split from the Assembleia do Rossio. It presents itself as follows: “This movement is open, nonpartisan and non-violent, with a horizontal structure and without leaders. We condemn in a clear way the political, economic and social system. We refuse to be slaves and hostages of a privileged and corrupt political class, an electoral system closed for the people and a markets-economy without rules nor ethics, leaving us unprotected and voiceless.”

They defend a “True democracy” based upon Participative practices, combined with an electoral reform that has the goal of breaking the electoral monopoly of parties, ending the “privileges of the political class” (pensions, immunities), making elected positions revocable and binding electoral promises, only open to change through referenda. Arguing against corruption and favoring of private and financial interests, they emphasize the importance of transparency. This task of “Refounding democracy, building another more just and solidary world” is one that is a responsibility for “us all”, as “the future belongs to us all, to our grandparents and parents, and particularly to our children”.

3. Critique of the post-political discourse

Typical for these movements is that they appeal to a non-ideological political subject – they are movements of “persons” instead of people with a party or ideological affiliation. “We citizens” (AL) often followed by a broad summing up of different identities where anyone can be part of, is something which comes back in different forms in the Manifestoes of AL, GR, M12M and IL... In IL this becomes “We are common people, people with duties, rights and duties, people that wake up every morning to study, work of search for work”. This reflect the Spanish 15M critique of Ideology as the "old way of doing politics". (Garcia, 2014: 208; Perugorría & Tejerina, 2013: 433) Such an approach to ideology assumes that it is a fixed body of ideas and values that frames the world; such as would liberalism, socialism, fascism, etc. Based upon the political distrust of citizens and the mistrust for and between present political

organizations, this reflects a social consensus that ideologies have failed and we would need some kind of non-ideological resistance; beyond left and right, beyond culture, beyond class. This is problematic because this perception about ideology within the *indignado* movement is clearly a reflection of the mainstream post-modern capitalist ideology itself. It reflects the post-1989 belief that we would be past the “Big stories of the XXth century”; somehow we would be accepting the end of ideology. At the moment when Global capitalism is confronted with its biggest crisis in 80 years it seems that the left has in some way become what Slavoj Žižek (Žižek, 2009: 88) has called more Fukuyamaist than Francis Fukuyama (2006) himself.

To the question “do these movements have an ideology?” (Garcia, 2014) one can only answer with “yes”; as even if it doesn't, it does. Ideology refers to the medium through which consciousness and meaningfulness operate; to how human beings live their life as conscious actors, making sense of their own actions and those of others. (Therborn, 1999: 2) To exist as a subject and to mobilize, a subject needs ideology to give meaning to his/her material conditions. Without ideology the *indignado*'s would not exist. Ideology is the only way of recognizing - to have knowledge of a material situation, to measure it - to create difference with, to compare - with ideas of other material situations; and to transform it. Ideology is needed to link the contradictions of the economy – unemployment, degrading living conditions, loss of public services – to the idea that things should not be as they are, and start to search for the causes of the material conditions, problems of the governance structures.

The question thus rather becomes “which ideology”. Here the assertion the self-assertion that the new social movements would be beyond ideology becomes really problematic. It is a well-known paradox about ideology within the academic literature about ideology – such as defended by Slavoj Žižek, Göran Therborn, Eric Swyngedouw and others – that “the non-ideology” or “apolitical position”, is not only “an ideology”, but it is “the ideology” of our time. The power of ideology achieves its highest point, the hegemonic position of an ideology, exactly when its subjects do not recognize it anymore as ideology, but as unquestioned “truth”.

While the austerity movements were thus a reaction to the global capitalist crisis and neoliberal policies – and elements of this anti-capitalist and anti-austerity critique are present in the discourse – the discourse also still reflects elements of the neoliberal post-modern hegemony. At the core of this discourse about democracy lies an idea that it blames “politics” for the crisis and “mismanagement”. Ironically, “politics”, here is

equalized to rather private matters such as corruption, careerism and “politique politicienne”, personal conflicts between parties and politicians that would disregard the common good, or what Chantal Mouffe (1994) conceived as “la politique”; a depoliticized, unpolitical, domesticated politics. By blaming “politics” for the crisis while conceptualizing “politics” the way it does, it de facto depoliticizes the causality of the crisis. By concentrating on matters of corruption and mismanagement of the political leaders, it leaves out the structural causes of the crisis, the contradictions of the capitalist economy, the structural imbalances of the Eurozone and the neoliberal design of the European Union, etc.⁴

Linked to such a conceptualization of crisis and democracy are the proposed solutions. These new movements haven't often been accused of offering no concrete political alternatives.⁵ In his analysis of the post-cold war protest movements Boaventura Sousa Santos (Bonet, 2010) had already explained that in detriment of any “real alternatives” to the capitalist system, since real socialism collapsed in 1989, anti-capitalist protest movements had resorted to the rather vague demand of “more democracy”. That is exactly what these new movements did. The political-economic crisis, which results in a legitimacy crisis of the capitalist governance structures, is framed as a crisis of representative democracy: representatives of the people do not really represent the people, but are caught in personal careerism, party-discipline, corruption and lack of power to control the financial markets. As an answer to this “problem”, the movements have tried to give the empty democratic signifier (Žižek, 2009) an emancipatory meaning by claiming its participatory dimension. *Democracia Real Ya* (real democracy now) came to mean “participatory democracy” – a demand linked to the very participative horizontal practices that characterized these new assembly movements – and became the primary slogan of the 15 M *indignado* movement in Spain, serving also as an inspiration in Portugal.

Despite its pretended emancipatory goal, participatory democracy also does not have an inherent social meaning/ideological interpretation aligned to material interests. This is exemplified by the fact that the participatory idea since the end of the 1990's has

⁴ This reflects and reproduces the North-European racist framing of the Southern populations, as described in earlier work (Van Vossle, 2012). Addressing the “political culture” ultimately is an example of what Wendy Brown called the culturalization of politics; the racialization of a people, stripping it of its social and historical context, class-relations, contradictions, etc.

⁵ Slavoj Žižek support this as critical: “Better to do nothing than to engage in localized acts whose ultimate function is to make the system run more smoothly. The threat today is not passivity, but pseudo-activity, the urge to “be active”, to “participate”. (Žižek, 2009).

been recuperated by the World Bank, and made it into a cornerstone of neoliberal economic “structural” reforms and “development” projects in the form of “participatory budgets” and “participation of the stakeholders”. Participative democracy thus remains a historically and socially disputed concept that awaits for a hegemonic interpretation, one which could have perfectly been part of Austeritarian interventions of the Troika in the PIGS; as part of “good governance practices”.

Conclusions

The purpose of this paper was to discover the post-political elements in the discourse about democracy of the new social protest movements against austerity. It analyzed the manifestos of 6 of the most representative movements in Portugal and selected the elements that could reflect anti-political ideas. This include the silencing or the distancing of parties and politicians in general in those texts and the conception of the “personal” and “trans-ideological” subject. We have problematized anti-political elements in the discourses that framed crisis, that framed their own practices, as well as in the proposed participative solutions for the crisis. The anti-ideological and anti-political elements are de facto political and are a reflection of the neoliberal post-political post-democracy.

This paper only concentrated on these post-political elements. This does not mean that there are no politicizing elements as well. In fact, we have seen that politically organized activists since the beginning in 2011 have been trying to politicize the anti-austerity movements. Many times it happened with bad strategies – such as numeric control – and to a limited success; but still the anti-austerity discourse seemed to win from the post-political populist discourse. The later movements such as QSLT and its sequels have tended to articulate with the politically organized left of parties and trade-unions and to present ever clearer an anti-neo-liberal agenda. In Greece and Spain these movements have even given rise to huge electoral successes of Syriza and Podemos. The overcoming of the post-political elements – such as a technocratic approach of the debt-question – and the distrust between and for parties and movements of the left in a clear unified discourse and practice against the neoliberal and technocratic European policies, will be crucial to have a similar success in Portugal.

Bibliography

- Acampada de Coimbra. Manifesto Primavera Global (2012). Retrieved from <https://www.facebook.com/events/220132834764631/>
- Acampada de Lisboa. Manifesto (2011). Retrieved from <https://acampadalisboa.wordpress.com/2011/05/27/as-ruas-sao-nossas/>
- Bonet, A. J. A. (2010). La democracia revolucionaria, un proyecto para el siglo XXI (Entrevista a Boaventura de Sousa Santos). *Revista Internacional de Filosofia Política*, 35, 117–148.
- Clarke, N. (2012). Urban policy mobility, anti-politics, and histories of the transnational municipal movement. *Progress in Human Geography*, 36(1), 25–43.
- Fukuyama, F. (2006). *The end of history and the last man*. The Free press: New York.
- Garcia, R. D. (2014). Does the Spanish 15M have an ideology? Issues of method and measurement. *Athenea Digital*, 14(3), 199–217.
- Geração à Rasca. Manifesto (2011). Retrieved from <https://geracaoenrascada.wordpress.com/manifesto/>
- Indignados de Lisboa. Manifesto (2011). Retrieved from https://www.facebook.com/IndignadosLisboa/info?tab=page_info
- Mouffe, C. (1994). *Le politique et ses enjeux: pour une démocratie plurielle*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mouffe, C. (2005). *On the political*. New York: Psychology Press.
- Movimento 12M. Manifesto (2012). Retrieved from <http://www.movimento12m.org/?q=manifesto>
- Perugorria, I., & Tejerina, B. (2013). Politics of the encounter: Cognition, emotions, and networks in the Spanish 15M. *Current Sociology*, 61(4), 424–442. doi:10.1177/0011392113479743
- Que Se Lixe a Troika. Manifesto (2013). Retrieved from <http://queselixeatroika15setembro.blogspot.pt/2013/01/manifesto-20012013.html>
- Santos, B. de S. (2005). *Democratizing democracy: Beyond the liberal democratic canon*. New York: Verso.
- Swyngedouw, E. (2009). The Antinomies of the Postpolitical City: In Search of a Democratic Politics of Environmental Production. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 601–620. doi:10.1111/j.1468-2427.2009.00859.x
- Therborn, G. (1999). *The Ideology of Power and the Power of Ideology*. London: Verso.
- Van Vossole, J. (2012). Blaming PIGS; culturalisation of politics and neocolonialism in the EU. Working paper. Retrieved from http://www.academia.edu/2898796/Draft_Waves_of_Globalization_and_Resistance_-_between_accumulation_and_legitimation
- Van Vossole, J. (2014). Divergent narratives on democracy in the Portuguese social conflict: A dialect materialist approach. *Cabo dos Trabalhos*, 10, 1–17.
- Van Vossole, J. y Castro, B. I. (2014). Narrativas divergentes sobre a democracia no conflito social português o caso da privatização da água. In A. Aragão, G. Bester, & G. Hilario (Orgs.), *Direito e Ambiente para uma Democracia Sustentável - Diálogos Multidisciplinares entre Brasil e Portugal*. Curitiba: Instituto Memória.
- Zizek, S. (2009). *In Defense of Lost Causes*. London; New York: Verso.
- Žižek, S. (2009). *The parallax view*. Cambridge, Mass.; London: MIT.

Biography

Jonas Van Vossole is a PhD student at the Department of Political Science at Ghent University and at the Centro de Estudos Sociais at Coimbra University, Portugal. He is an associated researcher of the Ghent Association of Studies on Parties and Representation, GASPAR. He holds a Master Degree in Political Science and a Master in Complementary Economics, both from the University of Ghent. These are complemented with a post-graduate degree in advanced studies of democracy in the XXI century at the University of Coimbra. Jonas' main research interests concern the study of democracy, social movements, social protests and critical political science and political economy. His current PhD research focuses on the influence of the euro crisis on democratic legitimacy in Southern Europe, and Portugal in particular. This research focuses on the role of social conflict and hegemony in the conceptualizations of democracy in the political and academic debates. He is a member of the ECPR standing group of South European Politics. He is an associated researcher of the Ghent Association on Parties and Representation at the faculty of social and political sciences in Ghent. Jonas is currently doing fieldwork in Coimbra, at the Center of Social Studies. E-mail: jonas.vanvossole@ugent.be.

El papel de los Nuevos Movimientos Sociales en contextos de marginalidad: el caso de la PAH de Alicante

The role of the New Social Movements in contexts of marginality: the case of PAH in Alicante

Javier Ortega Fernández, Universidad Miguel Hernández de Elche

Resumen

La PAH se ha convertido en un referente de los Nuevos Movimientos Sociales que han emergido en España tras el surgimiento del 15M. Valoramos positivamente el proceso de transformación social que ha impulsado este movimiento, sin embargo, nuestra investigación trata de conocer y analizar, desde una perspectiva reflexiva y crítica, su influencia y relación con colectivos sociales de contextos marginales. Para ello, centramos nuestro objeto de estudio en la PAH de Alicante con el objetivo de conocer qué elementos impiden o favorecer la implicación de aquellos sectores de la población que habitan en barrios periféricos de la ciudad.

Elaboramos diferentes entrevistas en profundidad a integrantes activos del movimiento, de este modo, se puede indagar con mayor precisión en las subjetividades que existen en todo proceso de movilización. Observamos, tras la investigación, que se reproducen una serie de características, especialmente en la organización y en las acciones del colectivo, que dificultan la implicación de todos los sectores de la población, sobre todo de aquellas personas que sufren la marginalidad urbana. Por consiguiente, el estudio abre nuevas líneas de investigación muy interesantes que tienen como objetivo principal desarrollar nuevas vías para la reflexión, el debate y, por tanto, contribuir hacia una mayor implicación y empoderamiento social de los sectores más vulnerables de la población.

Palabras clave

Nuevos Movimientos Sociales; PAH; colectivos marginales; identidad social; marginalidad urbana.

Abstract

The PAH has become a benchmark of the new social movements that have emerged in Spain after the rise of 15M. We welcome the process of social transformation that this grassroots movement has driven. However, the aim of our research is to understand and critically analyze its influence and connection with the social groups of marginal contexts. In order to achieve it, we focus our target of study in the PAH of Alicante, so we can know which elements hinder or favor the involvement of those groups of population living in the outskirts of the city.

We developed different interviews to active members of the movement, thus we are allowed to investigate in greater detail into the subjectivities that exist throughout any mobilization process. We note, after investigation, that a number of features are reproduced, especially in organizing and collective actions that hinder the involvement of all sectors of the population, especially those who suffer urban marginality. Therefore, the research opens very interesting new investigation fields which unfold new ways for the reflection, objective debate and thus contribute towards greater involvement and social empowerment of the most vulnerable sectors of the population.

Keywords

New Social Movements; PAH; marginalized groups; social identity; urban marginality.

Introducción

Los Nuevos Movimientos Sociales (NMS) han alcanzado cierta relevancia durante el último periodo quinquenal en todo el Estado español. Uno de los colectivos sociales con más influencia en la movilización social ha sido (y es) la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), siendo un instrumento indispensable para muchas personas y familias que han sufrido situaciones de aislamiento social y político.

Nuestro estudio parte de la perspectiva del empoderamiento social de colectivos marginales mediante la profundización epistémica que nos permita conocer el grado de influencia y relación que existe entre los barrios más vulnerables de la ciudad de Alicante y los nuevos movimientos sociales. La PAH de Alicante será nuestro objeto de análisis principal ya que tiene una serie de funciones, actividades y organización en la ciudad muy reconocible, además de ser a nivel estatal uno de los movimientos sociales (MS) con mayor presencia mediática e impacto en el ámbito social, político y jurídico (Mangot, 2013).

El objetivo principal de nuestra investigación es conocer, analizar y reflexionar el nivel de relación que existe entre el colectivo social de la PAH de Alicante y los colectivos marginales a partir de aquellos elementos susceptibles de fortalecer o debilitar esa relación. Partimos de un marco de referencia ideológica de sensibilidad social y, especialmente, con los NMS. Compartimos la afirmación del sociólogo Pierre Bourdieu que dice: “quienes tienen la ocasión de dedicar su vida al estudio del mundo social no pueden quedarse de brazos cruzados –neutrales e indiferentes– ante las luchas en las que está en juego el futuro del mundo” (Bourdieu en Bauman, 2013: 225). Creemos que las universidades públicas y los proyectos académicos deben cooperar y prestar sus herramientas epistemológicas al desarrollo holístico de la movilización social.

1. Los Nuevos Movimientos Sociales: identidad social y procesos emancipadores en contextos de marginalidad

1.1 Identidad Colectiva y procesos emancipadores

¿Qué entendemos por Identidad Social? Uno de los autores más característico sobre dicho concepto es Tajfel (1981), el cual define la Identidad Social como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel en Javaloy, 1993). Por tanto, en la presente definición, observamos

dos factores fundamentales en los procesos de NMS: la pertenencia a un grupo social y el significado valorativo y emocional de dicha pertenencia. Pese a que la Identidad Social es un elemento más de todos los factores causales de los NMS, autores como Gamson (1998) o Melucci (1994) la destacan como el primer paso que debe darse, indiscutiblemente, para emprender la acción colectiva (Gamson y Melucci en Iban, 2011).

Otro factor que debemos señalar en un proceso de Identidad Colectiva es la importancia en la construcción de un “otro”. La ideología colectiva consecuente de la identidad de grupo permitirá a los MS definir las fronteras de los mismos, es decir, delimitar que personas están incluidas y, por consiguiente, quienes quedan fuera (Javaloy, 1993). Este hecho permite cohesionar al grupo y, a su vez, delimitar objetivos comunes y es una condición, según Panelli (2006), que actúa a diferentes escalas, “desde elevados niveles de abstracción, como la nación o la etnia, hasta niveles muy básicos y concretos, como en las comunidades cerradas y homogéneas social y étnicamente” (Panelli en Iban, 2011: 94).

Una de las consecuencias directas que se experimentan desde la identidad colectiva son las acciones y procesos de emancipación social llegándose a relacionar como un elemento identificativo de los NMS. Como así indican autores como Touraine (1990) y Offe (1988) permiten cuestionar el marco cultural dominante e, incluso, influir en la estabilidad estructural, política y económica (Touraine, 1990; Offe en Martínez, Casado e Ibarra, 2012). Otros autores entienden los NMS como un principio educativo, es decir, como un agente que incide de forma directa en la generación y sistematización de conocimiento (Galdart en Martínez, Casado e Ibarra, 2012). Por tanto, podemos observar que los NMS, aparentemente de carácter sectorial, pueden producir efectos transversales en las estructuras sociales de dominación; esto lo constatan en sus afirmaciones Avritzer y Boaventura de Sousa Santos (2003) afirmando que:

Los MS son agentes que amplían lo político, cuestionan y transforman las prácticas dominantes, y aumentan la implicación de la gente (...), e insertan en la política el sentir de los sectores sociales excluidos, cuestionando modelos sociales de discriminación para proponer otros más inclusivos (Avritzer y Santos en Martínez, Casado e Ibarra, 2012: 33).

1.2 La emancipación social en contextos de marginalidad

Un fenómeno social que podemos encontrar en cada una de las metrópolis, ciudades e incluso en los pequeños municipios, es la existencia de *Marginalidad*

Urbana. Según afirma Gravano (2005), “los marginados quedan al margen del derecho al uso de la ciudad y sus servicios, por el lugar que habitan” (Gravano en Monge, 2011: 41). Se aíslan territorios, al mismo tiempo que se refuerzan sus fronteras con el resto de la ciudad, y esto retroalimenta la percepción y estigmatización que se crea de ellos. Wacquant afirma que “en cada metrópoli del primer mundo, uno o varios municipios (...) son conocidos y reconocidos como infiernos urbanos, donde la violencia, el vicio o el abandono conforman la normalidad” (Wacquant, 2007: 194). La influencia del sistema económico (en este caso el capitalista) ha incentivado el desarrollo de la estratificación residencial y la marginalidad urbana, “las clases populares se han visto obligadas a ocupar posiciones periféricas en barrios de autoconstrucción o chabolas. (...) La mercancía vivienda se construye en función de una demanda solvente, no para cubrir las necesidades de la población” (Iban, 2011: 96). Todo este tipo de marginalidad urbana se traduce en estigmatización territorial. Pierre Bourdieu (1993) afirma que “el barrio estigmatizado degrada simbólicamente a los que lo rodean y quienes, a su vez lo degradan simbólicamente ya que, (...) no comparten sino su común excomulgación” (Bourdieu en Wacquant, 2007: 193), en definitiva lo que hacen es transferir el estigma unos a otros.

¿Es posible la emancipación social en aquellos colectivos que sufren la marginación social/urbana? Una de las premisas que defiende Boaventura de Sousa Santos (2006) sobre las condiciones que se tenían que dar para la emancipación social en la sociedad moderna era que las experiencias de la población no tendrían por qué coincidir con las expectativas, es decir, quien nacía pobre no tenía por qué morir pobre. La situación de la mayoría de contextos marginales dificultaría, por tanto, los procesos de emancipación social. Otra disyuntiva que se nos presenta tiene relación con los procesos de identidad social y es, según indica Wacquant, si los contextos de marginalidad urbana “¿son lugares comunitarios empapados de emociones compartidas y significados comunes?, o por el contrario ¿son simples espacios indiferentes de competencias y de lucha por la vida?” (Wacquant, 2007: 195).

2. Metodología y técnicas de análisis

En primer lugar destacaríamos que uno de los objetivos metodológicos principales de nuestra investigación es contribuir, desde un posicionamiento parcial, a la capacidad transformadora del movimiento social en cuestión desde un enfoque científico y

reflexivo. Nos posicionaremos al respecto a partir de autoras de la talla de Donna Haraway (1995) y su defensa del *Conocimiento Situado*: “lo que se conoce y cómo se conoce está en relación con la situación y perspectiva del sujeto conocedor” (Nicolás, 2009 en Martínez, Casado e Ibarra, 2012: 22).

Nuestro trabajo de campo ha consistido principalmente en la realización de 10 entrevistas en profundidad convirtiéndose en la técnica de investigación por excelencia del estudio. Además hemos realizado trabajo de observación en diferentes acciones y actos convocados por el colectivo.

Nuestro objeto/sujeto de estudio, en el sentido que señala el sociólogo Jesús Ibáñez (1985) sobre el sujeto con capacidad de agencia y autoanálisis (Ibáñez en García, 2013), lo componen diferentes personas integrantes de la PAH de Alicante y que desarrollan o han desarrollado funciones de forma activa. Todas las entrevistas que hemos realizado (10 en total) han ido dirigidas a activistas de la Plataforma, sin embargo sería conveniente que resaltáramos la condición de *activistas no afectados* del 50% de los/as entrevistados/as y de *activistas afectados* del restante 50%. En relación a la distribución por sexos cabría señalar que el 60% de las entrevistadas han sido mujeres y el restante 40% hombres. Por edad, la distribución ha seguido las condiciones de proporcionalidad de las anteriores variables realizando 3 entrevistas a jóvenes entre 20 y 30 años, 3 a activistas entre 30-40 años y 4 a personas mayores de 40 años.

3. La PAH de Alicante y su relación con colectivos marginales

3.1 Implicación y empoderamiento social de los grupos subalternos en la PAH: oportunidades y debilidades

3.1.1 Funcionamiento interno de la PAH

Uno de los principios básicos que se le comunica a toda persona que acude a la PAH como afectada es su necesaria implicación activa. A partir de este principio se marcan las directrices para intentar lograr un proceso de empoderamiento. En la PAH nadie tiene la potestad para coger el caso de otra familia sin la implicación de la misma. El fin de este principio, según justifican, es la transformación explícita de la víctima/afectado en empoderado/activista. Uno de los logros más característico del movimiento es la posibilidad de transformar el rol de los y las participantes.

Es imprescindible la implicación de los afectados, esto se traducía en que los que más se implicaban activamente en los casos mayores efectos

solidarios recibirían a posteriori. Este hecho incentivaba la implicación de la mayoría de los afectados. (Pedro, a fecha: 07/08/2014).

Remarcar la obligatoriedad de la implicación de todo aquel que forme parte de la PAH puede resultar “chocante” para aquellas personas que nunca antes habían experimentado ningún proceso de organización social y/o habían sido instruidas en la “cultura del asistencialismo”. Para mucha gente supone un cambio radical en los métodos con los que se han tratado de solucionar los problemas tradicionalmente. No obstante las tareas y la implicación que se les asigna a los participantes no deben reunir condiciones técnicas, siendo del mismo modo valorable cualquier tipo de actividad que se decida desempeñar. Esto favorece la integración de cualquier persona sintiéndose apta en la Plataforma.

La *Asamblea* es la principal forma de contacto de las personas afectadas con la PAH. Lo más destacado es la función simbólica que representa la *Asamblea* para las familias o personas afectadas. En ella, se les instiga a los que acuden por primera vez a presentar su caso públicamente en este espacio, momento por el cual han pasado todos y todas previamente. Este es uno de los momentos más emblemáticos a nivel emocional que se puede percibir.

3.1.2 Perfil de las personas que integran el colectivo

El perfil predominante entre el conjunto de personas que acuden al colectivo es el del *afectado no activista*. Son aquellas personas o familias que acuden a las *asambleas* con el único fin de solucionar su caso y, además, no se implican ni en las acciones convocadas por la Plataforma, ni en la solución de casos ajenos al mismo. La dinámica que suele prevalecer en este tipo de perfil es la marcha del colectivo una vez han conseguido solventar sus problemáticas.

En algunas entrevistas se ha reflexionado al respecto y no se ha señalado y culpabilizado directamente a los propios actores sociales. Existen una serie de causas estructurales y en esto compartimos la reflexión de una de las entrevistadas que ha vivido como afectada durante un periodo largo de tiempo: “Mucha gente no participa por vergüenza; el concepto miedo todavía no ha desaparecido en muchos de los afectados. Seguimos arrastrando el lastre de esa barrera de miedo y vergüenza que sigue primando” (Clara, a fecha: 16/08/2014).

3.1.3 La participación de población inmigrante en el colectivo

Todos coinciden en que acuden a las asambleas, como afectados, un elevado porcentaje de población inmigrante. No es de extrañar este hecho si tenemos en cuenta que ha sido y es uno de los colectivos más vulnerables y castigados por la crisis. Las familias de origen extranjero que acuden a la PAH provienen de países latinoamericanos (especialmente de Ecuador) y de países africanos (en su mayoría de Marruecos).

Pero ¿la elevada presencia de estos colectivos es sinónimo de integración e implicación en la PAH? Al principio, según nos indica una de las entrevistadas, las familias inmigrantes que acudían a las asambleas eran más reticentes a juntarse con compañeros y compañeras que no fueran de su misma nacionalidad, sentían en sus compatriotas cierta sensación de acogimiento, sin embargo, se ha ido trabajando por la inclusión e integración de todas las familias, con independencia de su cultura o nacionalidad de origen. Así nos lo confirma una activista: “Hemos conseguido que los extranjeros cada vez se impliquen más. Antes todas las personas de la misma nacionalidad se juntaban en las Asambleas y se aislaban del resto de personas” (María, a fecha: 13/08/2014).

En definitiva, sigue primando el perfil de *afectado-no activista* entre el colectivo de inmigrantes, sin duda una asignatura que sigue quedando pendiente y sobre la que se está trabajando.

3.1.4 El colectivo de etnia gitana en la PAH de Alicante

La información que hemos recogido proviene exclusivamente desde la perspectiva de los activistas de la PAH, ninguno de ellos procedente de la etnia gitana. Por tanto, no pretendemos realizar un análisis concluyente, sino más bien explicar desde la superficie cual es la realidad actual respecto a la participación de la etnia gitana en el colectivo social.

Son muy pocas las familias de etnia gitana que acuden a las asambleas para exponer públicamente sus casos y buscar una salida a los mismos. Es, por consiguiente, un porcentaje muy reducido del total de familias que acuden semanalmente a la plaza. “No suelen participar ni acudir a las asambleas. Es un número muy reducido los que han participado. En este colectivo la vergüenza se acrecienta todavía más” (Margarita, a fecha: 11/08/2014).

Su situación de aislamiento social, según señala una de las entrevistadas, es explicativo de la escasa presencia en la PAH. Otros subrayan que en la cultura gitana

supone un riesgo moral llegar a hacer pública la situación de precariedad habitacional que se sufre. Son todas ellas, en definitiva, opiniones subjetivas de los propios activistas de la Plataforma, aunque no por ello poco válidas.

3.2 La presencia de la PAH en barrios periféricos de Alicante

Todas las personas informantes coinciden en una primera afirmación: “Creo que la PAH tiene actividad por todos los barrios” (Julia, a fecha: 14/08/2014). En el momento en que les planteamos cuál es la actividad que desempeña el colectivo en el conjunto de barrios de la ciudad, todos y todas creen tener una visión clara al respecto, y principalmente destacan una presencia predominante en aquellos barrios más vulnerables y de clase trabajadora. Pero esta afirmación ¿es del todo cierta?

En primer lugar, hemos podido constatar que hay dos características que relacionan directamente a la PAH con los barrios periféricos de la ciudad. La primera es que los/las activistas sí están trabajando con casos de familias afectadas de la *Zona Norte*¹. La segunda consiste en la procedencia de muchos/as de los/as integrantes del colectivo que coinciden con algunos barrios de dicha zona. Estas dos singularidades permiten justificar a nuestros/as informantes que sí que existe relación y actividad con el territorio en cuestión.

¿Se produce, por tanto, una correlación positiva entre los barrios más vulnerables y una mayor actividad de la PAH en los mismos? No hemos realizado ningún estudio estadístico al respecto, sin embargo, hemos valorado esta cuestión a través de una variable que nos permitirá reflexionar sobre dicha hipótesis. Lo analizaremos, por tanto, a partir del emplazamiento de las acciones más relevantes que ha llevado a cabo el colectivo objeto de la investigación.

El lugar concreto donde se convocan semanalmente las *Asambleas* de la PAH es la *Plaza de la Montanyeta* (zona céntrica de Alicante). Pero ¿siempre se han convocado en el centro de la ciudad?, la espacialidad de las mismas ha creado ciertas controversias, ya que algunas activistas defendían “mover” las asambleas por diferentes barrios, como así nos señala una de las activistas: “Yo soy partidaria y he propuesto en muchas asambleas la necesidad de realizar las asambleas por barrios. Antes había más disposición a esto” (Margarita, a fecha: 11/08/2014).

¹ Los barrios que componen la Zona Norte de Alicante son 6. Diferentes estudios relacionados con los *barrios de la Zona Norte* concluyen unánimemente que nos situamos ante un foco de marginalidad (Sánchez, 2013).

El resultado de estos planteamientos, según nos confirma uno de los activistas, no fue del todo reconfortante. Se llegó, inclusive, a convocar una asamblea en la Plaza Argel (en la Virgen del Remedio, uno de los barrios periféricos de la Zona Norte), sin embargo los resultados hicieron que se decidiera retornar a la metodología tradicional. Una de las acciones más características y mediáticas de la PAH a nivel estatal es lo que ellos mismos denominan “*para desahucios en puerta*”. Son acciones que empoderan no sólo a las personas afectadas, sino también a los vecinos y vecinas del barrio que observan directamente que al lado de su hogar se están cometiendo injusticias muy graves. La complicidad y apoyo de los vecinos es fundamental en este tipo de acciones. En relación a la indagación del trabajo de la PAH en barrios periféricos, algunos entrevistados mencionaron que no se ha producido ningún caso de desahucio en esos territorios. Otro emplazamiento significativo fue la *Acampada de Bankia* (sucursal bancaria situada en una de las calles céntricas más famosas de la ciudad) ya que fue una de las acciones más relevantes que ha experimentado la PAH de Alicante². Las interrelaciones sociales y lazos de solidaridad y cooperación fortalecieron también cualitativamente al movimiento, por todo ello se valora como una de las experiencias más enriquecedoras que han vivido muchos de los y las activistas del mismo. Nos preguntamos si esta misma acción se hubiese ubicado en cualquier barrio periférico de la ciudad hubiera tenido la misma repercusión sobre la sociedad alicantina y sobre los medios de comunicación como así fue. Hacer suposiciones condicionales de estas características puede, a priori, tener escasa validez argumentativa, sin embargo nos permite lanzar una reflexión sobre el papel de los movimientos sociales en los barrios marginales de las ciudades.

Conclusiones

El primer paso para la acción colectiva que debe darse, según señalan autores como Gamson (1998) o Melucci (1999), es la Identidad Social, por consiguiente es la acción previa a la implicación de cualquier actor social. Como hemos podido constatar, existe un espacio físico donde se refuerza el significado valorativo y emocional asociado a esa pertenencia, esta es la *Asamblea* que se organiza semanalmente.

² El principal motivo de esta acción fue en apoyo solidario a una acampada que se estaba realizando en Madrid delante de la misma entidad financiera y, además, en la lucha incesante por solucionar el caso de una familia marroquí con tres hijas menores de edad. En Alicante duró 2 meses y medio.

¿Es suficiente este espacio para el refuerzo de la Identidad Social? Actualmente, el perfil predominante de las personas que acuden a la PAH es el de *Afectado No Activista*, es decir, aquella persona que no muestra una implicación real en el propio colectivo. Este hecho refuerza la hipótesis de que existen una serie de debilidades que impiden un empoderamiento social generalizado.

Cuando hablamos de contextos urbanos marginales solemos hacer referencia a población inmigrante y colectivo étnicos minoritarios. En barrios periféricos de Alicante observamos una elevada presencia de ambos colectivos, por ende, hemos considerado significativo su presencia en la Plataforma. Si realizamos un análisis comparativo observamos diferencias explícitas en la participación de un colectivo u otro, en este caso la población inmigrante cuenta con una elevada presencia, mientras que etnias como la gitana apenas cuenta con integrantes. Se ha observado una implicación cada vez mayor de las personas de origen extranjero, sin embargo, sigue siendo una tarea pendiente entre los/as activistas del colectivo. Respecto a esta temática únicamente podemos concluir que el proceso de Identidad Social y empoderamiento popular supone un mayor esfuerzo en grupos sociales con diferencias culturales explícitas. Profundizar en las causas sería una nueva línea de investigación que se abriría a partir del presente estudio.

Si clasificamos por orden de relevancia las acciones que ha realizado el colectivo podríamos observar que las más importantes no se han emplazado en ningún barrio periférico de Alicante. Las *asambleas* se celebran en zonas céntricas de la ciudad, afectando a muchos colectivos que habitan en barrios que sufren la marginalidad urbana, y otras acciones como “parar desahucios en puerta” o acampadas en sucursales bancarias no se han realizado en ninguno de los barrios más vulnerables de la ciudad.

Son todas ellas variables que nos permiten realizar un análisis reflexivo y crítico acerca del papel que están desempeñando los nuevos movimientos sociales en contextos de marginalidad urbana. Abriendo, a su vez, nuevas líneas de investigación que traten de profundizar en cada uno de los puntos susceptibles de ser analizados para, así, contribuir al empoderamiento popular de las personas, familias o colectivos más vulnerables.

Bibliografía

- Adell, M.; Lara, A. y Mármol, E. (2014). La PAH: Origen, evolución y rumbo. *Fundación Betiko*, (Anuario 2013). Recuperado de <http://fundacionbetiko.org/wp-content/uploads/2014/02/La-PAH.-Origen-evoluci%C3%B3n-y-rumbo.pdf>.
- Bauman, Z. (2013). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Colau, A. y Alemany, A. (2012). *Vidas hipotecadas*. Barcelona: Angle Editorial.
- García, E. (2013). Antropología y Movimientos Sociales: reflexiones para una etnografía de los nuevos movimientos globales. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 7(1), 83-113.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, ciborg y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Iban, R. (2011). Ocupación y fenómeno okupa. Apreciaciones sobre la cuestión en el estado español y sus perspectivas. *Revista de Servicios Sociales y Política Social*, 97, 91-113.
- Javaloy, F. (1993). El paradigma de la identidad social en el estudio del comportamiento colectivo y de los movimientos sociales. *Psicothema*, 5, 277-286.
- Laraña, E. (1999). *La construcción de los movimientos sociales*. Madrid: Alianza.
- Mangot, L. (2013). La Plataforma de Afectados por la Hipoteca. De la crisis a la estafa. Del prozac al empoderamiento. *Clivatge*, 2, 56-88.
- Martínez, Z.; Casado, B. e Ibarra, P. (2012). Movimientos sociales y procesos emancipadores. *Lan-koadernoak Hegoa*, Universidad del País Vasco, 57, 1-39.
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México.
- Monge, V. (2011). *Las actitudes de los residentes y las residentes hacia el realojo en una comunidad urbana pobre de San Juan: 2006-2007*. (Tesis doctoral no publicada). Departamento de Sociología y Comunicación, Universidad de Salamanca.
- Oslender, U. (2002). Espacio, lugar y movimientos sociales: hacia una espacialidad de resistencia. *Scripta Nova: Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 6 (1 de junio). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-115.htm>.
- Sanchez, J (2013). Banca comunal. Una propuesta de desarrollo para la Zona Norte de Alicante. *GeoGraphos: Revista digital para estudiantes de geografía y ciencias sociales*, 4(49). Recuperado de <http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>. Accedido el 7 de abril de 2014.
- Santos, B. (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Buenos Aires: Clacso.
- Serrano, E. (2014). Movimiento prisionero y movimiento autónoma en la ciudad actual. *URBS: Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 4(1), 65-77.
- Touraine, A. (1990). *Movimientos sociales hoy*. Barcelona: Hacer.
- Wacquant, L. (2007). *Los condenados de la ciudad, gueto, periferias y Estado*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Agradecimientos

Este trabajo ha sido posible gracias a todas aquellas personas que insistentemente han confiado en mí, ellas saben quién son. También a todas los/as entrevistados/as y al gran grupo de personas que forman la PAH en Alicante, decirles que este es sólo el comienzo de todo lo que me gustaría construir conjuntamente. Además agradecer el esfuerzo dedicado de mi directora de Trabajo Final de Máster, Mercedes Jabardo, ya que esta investigación se realiza en el marco del mi TFM de Nuevas Tendencias en Antropología.

Biografía

Javier Ortega Fernández es Licenciado en Sociología por la Universidad de Alicante. Además posee un Máster Oficial en Desarrollo Local e Innovación Territorial por la Universidad de Alicante y un Máster Oficial de Investigación de Nuevas Tendencias en Antropología por la Universidad Miguel Hernández de Elche. Ha centrado sus líneas de investigación sobre el desarrollo local de contextos urbanos marginales a través trabajos de investigación como: *Evaluación del Plan Integral Zona Norte (Alicante). Efectos y consecuencias en el desarrollo local del barrio Juan XXIII-2º Sector*. Ha presentado diferentes comunicaciones sobre esta investigación en el *IX Coloquio Nacional sobre Desarrollo Local* en la Universidad de Alicante y en las *IV Jornadas de Desarrollo Local* de la Universitat de València. Actualmente está realizando la Tesis Doctoral en la Universidad Miguel Hernández con el programa de doctorado: Antropología Aplicada en Contextos de Crisis. Su tesis se centra en los Nuevos Movimientos Sociales de la España contemporánea y su relación con los diferentes contextos sociales y urbanos existentes. Correo electrónico: javiortefe@hotmail.com.

Anexo

Tabla 1 Nombre y características de los entrevistados (sexo, perfil de activista y grupo de edad)³

Juan	Hombre – Activista no Afectado – Joven (20-30 años)
Laura	Mujer – Activista no Afectada – Joven (20-30 años)
Antonio	Hombre – Activista no Afectado – Joven-Adulto (31-40 años)
Pedro	Hombre – Activista no Afectado – Joven-Adulto (31-40 años)
Margarita	Mujer – Activista no Afectada – Adulto (+40 años)
Alicia	Mujer – Activista Afectada – Joven (20-30 años)
María	Mujer – Activista Afectada – Adulto (+40 años)
Carlos	Hombre – Activista Afectado – Adulto (+40 años)
Julia	Mujer – Activista Afectada – Adulto (+40 años)
Clara	Mujer – Activista Afectada – Adulto (+40 años)

Fuente: Elaboración propia

³ Los nombres que hemos utilizado son seudónimos ya que pretendemos mantener el anonimato de los/as entrevistados/as.

Estrategias de resignificación y visibilización del conflicto social desde la juventud universitaria

Strategies of redefinition and visibility of social conflict by university students

David Muñoz Rodríguez, Departament de Sociologia i Antropologia Social.
Universitat de València

Resumen

En esta comunicación examinamos críticamente parte del proceso de extensión del discurso de la doctrina neoliberal que lanza mensajes contradictorios al proclamar explícitamente la “activación” (mediante la retórica del “emprendimiento”) y también reforzar un subtexto que intensifica la culpabilización de la juventud universitaria, la cual tiene además la responsabilidad de “crear” su propio hueco en el mercado. Como contrapunto a esta doctrina analizamos las acciones de Juventud Sin Futuro, una iniciativa colectiva impulsada por jóvenes provenientes del ámbito universitario, que participó activamente en las movilizaciones que dieron pie al 15M y que ha elaborado un discurso que condensa el vínculo entre la precarización de las personas jóvenes y el escenario abierto a partir de la crisis (recortes, paro, salida del país de la gente joven, etc.). Los mensajes vinculados a la activación de la juventud universitaria conforman un discurso que promueve el emprendimiento o la meritocracia, entre otros, y que se apoya en la “empleabilidad” como concepto clave que legitima la ausencia de salidas laborales adecuadas, a la vez que responsabiliza a los y las jóvenes y les transfiere la carga de crear las condiciones para ser empleados, con un creciente desplazamiento discursivo hacia el autoempleo. Frente a esta doble agresión (la precarización y su legitimación), parte de la juventud ha articulado respuestas colectivas y ha desplegado estrategias de resignificación y visibilización del conflicto social.

Palabras clave

Juventud; universidad; movimientos sociales; 15M; crisis.

Abstract

We critically examine part of the process of extending the discourse of neoliberal doctrine throwing contradictory messages: while explicitly proclaims the “activation” (using the rhetoric of “entrepreneurship”) reinforces a subtext that enhances the blame of university students, which also has the responsibility to “create” their own niche in the market. As a counterpoint to this doctrine we analyse the actions of Juventud Sin Futuro, a collective initiative promoted by young people from the university, who actively participated in the demonstrations that shaped the 15M and has developed a discourse that condenses the link between precarious young people and the scenario that has opened after the crisis (cuts, unemployment, migration of young people, etc.). Messages related to the activation of university students make a discourse that promotes entrepreneurship, meritocracy, etc. This discourse is based on the “employability” as a key concept that legitimates the absence of adequate employment opportunities, while blames young people and transferred them the burden of creating the conditions for employment, with increasing discursive shift towards self-employment. Faced with this double aggression (casualization and its legitimacy), a part of youth has articulated and has deployed strategies to redefine and give visibility to social conflict.

Keywords

Youth; university; social movements; 15M; crisis.

Introducción: nuevos repertorios para los “nuevos” tiempos

La precarización de la juventud ha discurrido en paralelo a una expansión de los mensajes sobre la empleabilidad mediante la activación de los jóvenes. Empresas y administraciones han puesto sobre los jóvenes toda la responsabilidad de la salida de la precariedad. Se ha promovido la idea del emprendimiento como vía casi única de inserción laboral (Santos, 2014). En este panorama se inserta también la salida del país, la llamada “fuga de cerebros”, que está suponiendo un nuevo reto para una juventud muy maltratada por el mercado laboral (Muñoz, 2014).

Las universidades no han sido ajenas a esta semántica. Tanto en los planes de estudios, como en distintas iniciativas (viveros de empresas, ferias del emprendimiento, cátedras de bancos y multinacionales, etc.), se han abierto grietas para que penetre esta lógica vinculada con el neoliberalismo (Sotiris, 2013). Esta extensión en la universidad de la lógica del capital humano conforma una parte del paisaje en el que se tiene lugar el ciclo de protestas que de algún modo se inició en 2011.

En este nuevo ciclo de protestas la juventud universitaria ha jugado un papel relevante. Según los datos de la Encuesta Social Europea, en España la participación en manifestaciones de las personas menores de treinta y cuatro años en 2011 y 2012 fue 7% superior a la media europea (Lima y Martín, 2014). Los y las jóvenes han puesto de relieve sus pésimas expectativas, el incumplimiento de las recompensas por los deberes cumplidos. Además, aportaron conocimientos y habilidades a la construcción de un movimiento autónomo que desbordó las estructuras de representación institucionalizadas y conformó un amplio espacio de participación directa.

Uno de los aspectos más destacable es la elaboración, por estos jóvenes universitarios, de un repertorio que rebasa la temática educativa y entra de lleno en cuestiones materiales (empleo, vivienda, sanidad, etc.). Estos colectivos (Juventud Sin Futuro, Democracia Real Ya, Marea Granate, etc.) llevaron a las plazas y a las redes sociales una protesta que mantiene un anclaje en la educación y la universidad, pero también aborda en la ofensiva neoliberal y sus consecuencias directas sobre la juventud.

1. De la cuna a las plazas pasando por la universidad

Las movilizaciones en contra del proceso de Bolonia fueron un hito significativo en el movimiento estudiantil. Esta campaña reivindicativa sucedió temporalmente al ciclo de protestas inmediatamente anterior en contra de la globalización capitalista, en el cual participaron muchos jóvenes provenientes de la universidad (Fernández Durán, 2010). Parte de estos jóvenes estuvieron posteriormente en las luchas contra Bolonia, aportando la lectura de la antiglobalización y algunas de las propuestas que surgieron de estas luchas. Por otro, comprender y desvelar las trampas del proceso de Bolonia implicó un análisis del ataque neoliberal a la universidad, así como la relación de este ataque con la construcción de la UE como espacio económico no neutral; la UE fue, por tanto, centro de las críticas durante las movilizaciones. Estos factores internos al movimiento de las y los estudiantes se sumaron al ambiente provocado por los recortes y las primeras medidas de austeridad durante el gobierno del PSOE. Estas medidas, además, distanciaron definitivamente a gran parte de la juventud de los partidos políticos mayoritarios (Castells, 2012).

Cabe añadir, como hemos visto en el apartado anterior, el aumento considerable y sutil de la presión sobre la juventud mediante las acciones y los mensajes vinculados con la activación. Esta construcción discursiva intensifica la coerción sobre los jóvenes transfiriéndoles la responsabilidad del desempleo y la precariedad y subiendo un escalón más en las exigencias para una juventud que alcanza la mayoría de edad con todos los deberes y casi ningún derecho.

De forma sintética, estos fueron algunos de los antecedentes más destacables en la reactivación de la movilización estudiantil en los primeros años de la crisis. A partir de 2011 descubrimos que las y los jóvenes se habían hartado de “todo esto que parecía soportable mientras lo soportaban” (Alba, 2011: 9). Pero en esta ocasión no se quedaron a protestar en las puertas de las universidades, sino que llevaron su indignación a las plazas, donde se sumaron a otras categorías precarizadas (jubilados, desempleados, personas dependientes, etc.). En esta ola de movilizaciones las y los jóvenes universitarios tuvieron un rol central (Castells, 2012). Aportaron no sólo cuerpos indignados, sino también una sólida capacidad de uso de las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), que tendrá un gran peso en la difusión de las acciones y los mensajes. Estos mensajes han sido abundantes y se han convertido en un torrente de nuevos significados, especialmente en la resignificación de los procesos de precarización de la

juventud universitaria. Una imagen que condensa la precariedad de la gente titulada es la figura del becario o becaria: frente a la “becarización” de las condiciones de vida, una parte de la juventud ha levantado la voz y ha construido un discurso propio para denunciar este proceso. Esta juventud indignada, titulada o camino de serlo, encarna las aspiraciones frustradas de toda una sociedad. De ahí que el lema de los colectivos de Occupy Wall Street, We are the 99%, condensara perfectamente esta fuerza simbólica de la juventud precarizada: representan la ruptura de la promesa de movilidad social ascendente para la mayoría de la población dentro del capitalismo.

A continuación realizamos una aproximación a algunos de los discursos producidos por JSF. Este colectivo surge en 2011 del encuentro de asociaciones de estudiantes de varias facultades madrileñas, como respuesta a los recortes y las políticas de austeridad. Convocaron varias manifestaciones y acciones, participaron activamente en el 15M. En 2012 lanzaron la campaña No Nos Vamos, Nos Echan, en la que denuncian la situación de las personas jóvenes que se han visto obligadas a salir del país¹.

2. Hoy es el futuro: visibilizando la ausencia de expectativas y recursos

Las políticas de recortes llevadas a cabo por el gobierno del Partido Obrero Socialista Español PSOE y sus consecuencias, están en el origen de Juventud sin Futuro JSF. Varias organizaciones estudiantiles, del área de Madrid, promovieron un colectivo para denunciar estas políticas. En su manifiesto inicial se presentan como la “juventud sin futuro”. Se trata de una definición que señala precisamente lo que no hay, la carencia. Deja al descubierto un futuro incierto: la incertidumbre de no poder cubrir los mínimos vitales para una vida mínimamente segura. La potencia de esta etiqueta estriba en que desmiente el presentismo que forma parte de la imagen socialmente construida de la juventud y denuncia un expolio que ocurre ahora pero que tendrá repercusiones permanentes, dejando un vacío. Una apelación a un futuro que se encuentra ya escrito en el presente.

La agresión a los jóvenes, la mercantilización de la educación pública, la vivienda y las reformas del mercado laboral y las pensiones aparecen entre los temas centrales del manifiesto inicial de JSF, así como en sus primeras manifestaciones públicas. En los primeros párrafos del citado manifiesto enuncian estos temas y los sintetizan:

¹ Los materiales utilizados han sido obtenidos de la consulta de las páginas de JSF (juventudsinfuturo.net y nonosvamosnosechan.net). Igualmente, se han consultado sus cuentas de Facebook y Twitter.

Somos las y los jóvenes a quienes las élites económicas y las políticas de nuestros gobiernos nos quieren convertir en la generación sin formación ni trabajo ni pensión digna. Aquellos que, además, no tendremos casa en nuestra vida, desde que los especuladores hicieron del derecho a la vivienda un negocio con el que enriquecerse; un modelo de crecimiento económico que ha fracasado y ha generado esta crisis (Manifiesto JSF).

Esta síntesis del diagnóstico y de sus consecuencias, se condensa en dos de las primeras manifestaciones impulsadas por JSF. En la primera, el cartel con el que JSF convocaba a la manifestación del día siete de abril de 2011, exponía el contenido del “sin futuro” que da nombre al colectivo y que, a modo de sinécdoque, contiene una denuncia múltiple. El cartel decía: “sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo”. El curro, la casa y la pensión dibujan el futuro como una trayectoria vital llena de privaciones hasta más allá de la juventud entendida biográficamente, denunciando una vejez que también se adivina también precaria. El otro elemento (sin miedo) enfrenta la parálisis que podría causar la escasez (de recursos y de expectativas), desafía la dimensión disciplinaria de la crisis y la precariedad y anima a la movilización. Esta condensación rompe la barrera que habitualmente circunscribe la juventud a una etapa transitoria y la visibiliza como una categoría precarizada que pervive a lo largo de las edades. Esta presentación permite la identificación de personas de diferentes edades con la categoría “juventud”.

A la manifestación del quince de mayo de 2011, JSF convocaba mediante otro cartel con una estética idéntica al anterior: predominio de la tipografía y ausencia de logotipos y otro tipo de figuras. Esta vez JSF ofrecía más interpretación, señalando las causas de la ausencia de futuro. “Tú votas cada 4 años. La bolsa lo hace todos los días. No hay democracia si gobiernan los mercados”. De una forma significativa, dos palabras que habitualmente aparecen en el discurso mediático de forma abstracta e impersonal, aquí son personificadas y se visibiliza su rol en una democracia que no existe. El mercado gobierna y su epifenómeno la bolsa vota, usurpando la soberanía popular: el espacio donde se decide ya no reside en los colegios electorales, sino en el parqué bursátil.

Figura 1. Carteles Juventud Sin Futuro



Fuente: Juventud Sin futuro (2011)

En el nivel connotativo, los significantes de los mensajes que lanzó JSF, tienen la virtud de recomponer los trozos del proceso de precarización que, en lo cotidiano, es vivido de manera fragmentada. Esta recomposición desvela los nexos entre diversas situaciones carenciales, así como la vinculación entre estas situaciones y una economía y una política que funcionan al margen de las necesidades sociales. Aparte de agrupar en un mismo significado todas estas vertientes de la precariedad, el discurso de JSF, al incorporar las pensiones desborda los límites de la juventud. El señalamiento de la ausencia de pensiones se puede leer explícitamente como una referencia a las consecuencias de las prácticas y las becas sin seguridad social (y a menudo sin remuneración). Pero esta alusión apela de forma implícita a otros perfiles precarios, a otras generaciones, insinuando que la juventud no se limita a la edad biológica, sino que es una categoría que señala unas condiciones y un proceso y que, como señala Alba Rico (2011), podría ser el futuro de la mayoría de personas, independientemente de la edad.

2.1. Haciendo frente a la “Precariedad Everywhere”

JSF lanzó en febrero de 2012 la campaña No Nos Vamos, Nos Echan (NNV). Denunciaban la salida forzosa y masiva del país de jóvenes precarizados, muchos de ellos cualificados. En abril de ese año, NNV convocó una acción de protesta que se desarrolló en más de treinta ciudades de unos veinte países. La estética de la cartelería

imitaba los mensajes de los aeropuertos y las tarjetas de embarque, que se han popularizado con los viajes *low cost*. La acción continuó con la apertura una web de la que cabe destacar una estrategia: se animó a la gente a enviar información. Fueron muchas las personas jóvenes que enviaron una breve descripción de su situación vital; muchas de ellas añadieron una fotografía del rostro con un cartel explicativo de su situación. Esta campaña tuvo una repercusión mediática importante: pusieron cara a la vivencia de precariedad, desvelando que la salida del país no se hace en las mejores condiciones y que en los lugares de destino también lo precario es la norma.

Uno de los lemas de la campaña es “Precariedad *Everywhere*”. Este adverbio inglés se popularizó por los anuncios de una marca de telefonía. Tanto esta palabra como el resto de la estética están configuradas por *détournements* de mensajes muy difundidos (billetes de avión, señalética de aeropuertos, etc.), elaborando así unos códigos fácilmente descifrables, tal como muestra la figura 2. *Everywhere* indicaba cobertura total en los anuncios de telefonía: en la NNV este *Everywhere* denuncia la precariedad absoluta, geográficamente omnipresente, una precariedad que precisamente significa la ausencia de cobertura, la desaparición de los derechos.

Figura 2. Cartel No Nos Vamos, Nos Echan



Fuente: <http://www.nonosvamosnosechan.net>

Conclusiones

Esto escribía Greil Marcus sobre la percepción en el Reino Unido de los años setenta, cuando se gestaba la movida punk: “Los jóvenes, que como fantasmas legales no tenían nada y como personas lo querían todo, sentían de modo más agudo la contradicción entre lo que la vida prometía y lo que les daba” (Marcus, 1993: 82). Esta contradicción entre promesas y realidad no se ha resuelto en todo este tiempo. Antes al contrario, la juventud ha pagado un precio muy alto desde que empezó esta crisis, tal como, entre otros organismos, ha afirmado la OIT (ILO, 2013). La precarización de los jóvenes, no obstante, es un proceso que arranca antes de 2008 (Santos y Martín, 2012).

No obstante, los portavoces del discurso oficial ofrecen más promesas, envueltas en mensajes de excelencia, talento e internacionalización. Pero ningún compromiso.

En un entorno discursivo dominante que gira alrededor de los mensajes de la activación, las expectativas de los jóvenes no han hecho otra cosa que empeorar. Así, la activación supone mayor presión sobre los jóvenes. Ya ni siquiera se habla de desajustes del mercado laboral, ahora el desajuste lo tienen en primer lugar los y las jóvenes, que deben “aumentar” su capital humano para poder obtener rentas suficientes. La nueva hegemonía neoliberal incide aún más en la individualización del conflicto social y responsabiliza a los jóvenes estudiantes en beneficio de las empresas y de los gobiernos. Pero, en segundo lugar, la presión de la activación erosiona la construcción de subjetividades: donde la juventud debería pensarse como sujeto de derechos, acaba representándose a sí misma como objeto de negocio. Esta tendencia debilita la configuración de una sociedad civil robusta y dinámica.

A pesar de esta situación adversa, como hemos visto, las protestas de los últimos años, en buena medida protagonizadas por jóvenes universitarios, desbordan los límites de lo estudiantil. Las subidas de tasas, el recorte de becas, la reducción de los fondos para aprender idiomas o hacer intercambios internacionales, etc., son codificados no sólo como un ataque a la universidad como servicio público, sino que también se entienden cada vez más como parte del mecanismo de precarización vital. JSF traza en su discurso (fácilmente comprensible para la mayoría de los jóvenes y no tan jóvenes) una línea que une la precarización, la activación (simbolizada en la fuga de cerebros) y la ausencia de democracia. Se trata de un discurso con capacidad para señalar los nexos entre los distintos focos de la ofensiva neoliberal y crear un relato sobre vivencias aparentemente dispersas e inconexas. Podría tratarse de una subjetividad emergente, minoritaria aún, pero con una importante proyección. Una subjetividad que trasciende las fronteras clásicas del empleo/paro, estudiantes/no estudiantes. Esto ha supuesto darle visibilidad a la precaria situación de la juventud, que ya casi se había asumido como parte del paisaje social. Pero, además, los mensajes de colectivos como JSF (aquí habría que sumar otras iniciativas, como la Marea Granate y otros colectivos) han aportado elementos para redefinir la lectura de la precariedad vital, enmarcándola en el conjunto de dimensiones de la vida de las personas. Finalmente, estas iniciativas, como hemos dicho, han introducido innovaciones en las formas de participación política, que son relevantes para los procesos de transformación de la representatividad a los que estamos asistiendo.

Bibliografía

- Alba, S. (2011). Jóvenes sublevados contra la juventud. En *Juventud Sin Futuro, Juventud sin futuro* (pp. 7-12). Barcelona: Icaria.
- Castells, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza. Movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fernández Durán, R. (2010). *El Estado y la conflictividad político-social en el siglo XX Claves para entender la crisis en el siglo XXI*. Barcelona: Virus Editorial.
- Lima, M. J. y Martín, A. (2014). Descontentamento na Europa em tempos de austeridade: Da ação coletiva à participação individual no protesto social. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 103, 137-172.
- Marcus, G. (1993). *Rastros De Carmin, Una historia secreta del s.XX*. Barcelona: Anagrama.
- Muñoz, D. (2014). Criades globals: noves formes de precarització de les joves universitàries en situació d'au pair. *Quaderns de Ciències Socials*, 28, 2-29.
- Santos, A. (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 127, 29-43.
- Santos, A. y Martín, P. (2012). La juventud española en tiempos de crisis. Paro, vidas precarias y acción colectiva. *Sociología del Trabajo*, 75, 93-110.
- Sotiris, P. (2013). Teorizando la universidad-empresa. Preguntas abiertas y algunas posibles respuestas. En Fernández, J., Urbán, M. y Sevilla, C. (coords.), *De la nueva miseria. La universidad en crisis y la nueva rebelión estudiantil*. Madrid: Akal) (43-66).

Biografía

David Muñoz Rodríguez es Investigador en Formación en el Dpto. de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València. Sus líneas de investigación prioritarias son los procesos de precarización vital, los movimientos sociales y las políticas públicas. Actualmente realiza una tesis doctoral sobre los procesos de precarización y la difusión de la vulnerabilidad social entre las personas jóvenes. Correo electrónico: francisco.d.munoz@uv.es.

Yo narro, luego Yo decido. El tren de la libertad¹
I tell the story, therefore I decide. El tren de la libertad

Laura Castillo Mateu, IUDESP, Universitat Jaume I de Castelló

Resumen

Yo Decido. El Tren de la libertad es el documental producido por la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) sobre la manifestación de la Marea Violeta contra el proyecto de reforma de la ley del aborto promovido por el ya ex Ministro de Justicia de España y miembro del Partido Popular (PP), Alberto Ruíz-Gallardón. La propuesta se centra en el análisis de la representación de esta iniciativa de la Tertulia Feminista Les Comadres de Asturias. Veremos cómo el audiovisual presenta la experiencia *on-* y *off-line* del grupo feminista en el proceso de articulación en red de la protesta. Gracias al alcance de las TIC consiguieron la adhesión transversal y sinérgica de diferentes colectivos, partidos políticos y sindicatos que apoyaron la organización y la difusión de este evento reivindicativo al que se unieron miles de personas.

Nuestro objetivo es analizar el modo de reproducción y los aspectos narrativos que connoten la autoría femenina del documental, como muestra de empoderamiento y de la toma de los medios de producción por parte de los sujetos políticos directamente afectados por la decisión institucional. En este sentido, nos interesan las implicaciones discursivas presentes en los tipos de focalización elegidos, así como la elección de las voces y de argumentarios recogidos en la pieza final.

Palabras clave

Feminismo; protesta; representación; testimonio ético; empoderamiento.

Abstract

Yo Decido. El Tren de la libertad is the documentary produced by the Association of Women Filmmakers and Audiovisual Media (CIMA) on the demonstration of the “Violet Tide” against the proposed reform of the abortion law promoted by the Spanish ex-Minister of Justice, the conservative Alberto Ruiz-Gallardón. Our proposal focuses on the analysis of the representation of this initiative planned by the Tertulia de Les Comadres, from the region of Asturias (Spain). We will see how the audiovisual presents the on- and off-line experience of this feminist group and how the networking communication process was implemented. Thanks to the reach of the new ICT, their message got a synergistic membership of different women associations, individuals, political parties and unions who supported the organization, who also contributed to the dissemination of the event that thousands of people joined.

Our goal is to analyze the representation modes and the narratives that connote female authorship of the documentary, as a sign of empowerment and the take of the means of production by the political subjects directly affected by the institutional decision. In this regard, we are interested in discursive implications present in selected types of targeting, and the choice of voices and arguments presented in the final piece.

¹ Este artículo está adscrito a las líneas de investigación del Proyecto CSO 2012-34066 “Evaluación e Indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)

Keywords

Feminism; protest; representation; ethical witnessing; empowerment.

Introducción

La presente comunicación tiene por objeto realizar un análisis de *Yo Decido. El tren de la libertad* desde el paradigma de comunicación para el cambio social, que trabaja el grupo de investigación 030 del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz de la Universitat Jaume I. Se trata de un documental producido y realizado por la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) sobre la manifestación de la Marea Violeta realizada el 1 de febrero de 2014 en Madrid. Un acto de protesta contra el proyecto de reforma de la ley del aborto promovido por el ya ex ministro de Justicia español y miembro del Partido Popular (PP), Alberto Ruíz-Gallardón.

Las razones por las cuales podemos considerar este documental un ejemplo de comunicación para el cambio y analizarlo desde tal perspectiva son diversas. En este *paper*, en concreto, nos interesa dilucidar las implicaciones de la autoría femenina del audiovisual y ver cómo aplican la perspectiva de género desde el terreno creativo. Tradicionalmente, los Estudios para la Paz han centrado sus esfuerzos en el análisis deconstructivo crítico del discurso político dominante en todas sus manifestaciones (entre ellas, la mediática). Sin embargo, existe actualmente un interés especial por recuperar y poner de relevancia las maneras de hacer que contribuyen a la transformación de los conflictos, esto es, que contribuyen a hacer las paces. En el terreno de la comunicación para el cambio, por tanto, nos interesa conocer qué estrategias discursivas utilizan las producciones mediáticas que promueven la movilización y el empoderamiento de los sujetos políticos afectados por las injusticias.

El caso de CIMA en general y de *Yo decido. El tren de la libertad* en particular nos resulta interesante desde el momento en que es una asociación de mujeres cineastas la que toma los medios de producción para contar la historia de otras mujeres activistas. Son las propias afectadas por la potencial reforma de la ley del aborto las que se hacen eco de este episodio histórico de la lucha feminista. Utilizarán para ello un formato tradicional documental y aprovecharán las potencialidades de las plataformas de convergencia mediática *online* como una forma de hacer llegar su mensaje a mujeres de las generaciones más jóvenes y de otras nacionalidades. Una estrategia comunicativa que se complementará con el papel testimonial que representa el propio documental,

que se difundirá posteriormente a través de los canales online y alrededor del cual se organizarán cine-foros presenciales que seguirán poniendo en diálogo las experiencias *on-* y *off-line*, intra- y extra-diegéticas de las mujeres implicadas en la producción y en las acciones recogidas en el audiovisual.

Así pues, veremos cómo la perspectiva de género se traduce en términos de creatividad narrativa y cómo se hace operativa o empoderadora la representación del testimonio de las mujeres en nuestro contexto político presente. Un contexto de crisis sistémica caracterizado por la emergencia de corrientes de izquierda participativas en las que la asunción del discurso feminista se erige, tanto desde el interior de los propios movimientos políticos como desde los Estudios para la Paz, como esencial y transversal para la posibilidad real de cambio de las estructuras de poder democráticas modernas.

1. Marco teórico

El marco teórico en el que se asienta nuestra propuesta de análisis del documental *Yo decido. El tren de la libertad* se compone de tres ejes. En primer lugar, haremos referencia al concepto de comunicación para el cambio social desde la perspectiva de los Estudios para la Paz. También veremos cómo el giro epistemológico en el que esta disciplina se asienta integra la perspectiva de género en sus vertientes crítica y constructiva. En tercer lugar, nos interesará ver el papel que juega el acto de dar y recibir testimonio (Gámez y Núñez: 2013) en los procesos mediáticos empoderadores.

Bajo la idea de Comunicación para la Paz (modo en el que nos referiremos a la comunicación para el cambio social desde los preceptos promovidos por la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) de la Universitat Jaume I de Castellón) englobamos aquellas manifestaciones comunicativas cuyo objetivo pasa por inspirar, desde el discurso mediático y mediante la puesta en valor de las historias de empoderamiento vital, las capacidades individuales y sociales que facilitan la transformación de los conflictos.

Lejos de apostar por un modelo tradicional unidireccional y persuasivo (Nos Aldás, 2010: 139) de la comunicación y de acuerdo a los propósitos de la nueva agenda de los Estudios para la Paz (Martínez Guzmán et al., 2009), nos interesa recuperar las buenas prácticas o “estilos comunicativos” articulados desde la sociedad civil, estructurada o no, “que influya[n] no sólo en las relaciones cotidianas sino también en la legislación y las estructuras [y que] nos ayude[n] a relacionarnos de forma sana en

términos culturales” (Nos Aldás, 2010: 139). Este tipo de prácticas proliferaron alrededor del hito del 15-M y han ido sofisticándose durante los últimos años en el seno de los movimientos asociacionistas (véase la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, la PAH) y con la institucionalización de la protesta de las plazas (sería el caso, por ejemplo, de la creación del partido Podemos o de las plataformas ciudadanas *Guanyem*, entre otros). Dejando de lado la discusión sobre el éxito de los nuevos formatos de representatividad que se proponen desde estos nuevos círculos, lo que nos resulta relevante aquí es la eficacia comunicativa de los discursos heredados de los movimientos *Occupy*, es decir, la capacidad que han tenido sus mensajes de canalizar la indignación y transformarla en acción para el cambio, especialmente desde los medios de comunicación alternativos.

Partiendo de la idea de que los movimientos sociales actuales no pueden concebirse ya, desde nuestro contexto, sin la dinamización *on-line* de sus mensajes a través de las plataformas de convergencia mediática, queremos ver cómo éstas contribuyen al acercamiento entre individuos más allá del espacio “virtual”. Esto es, qué elementos aportan las no ya tan nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a la hora de desbancar el tradicional modelo de recepción pasiva de la comunicación de masas, explotando una amalgama de posibilidades comunicativas basadas en la horizontalidad.

El marco epistemológico de la Comunicación para la Paz bebe de otros marcos teóricos interdisciplinares a partir de los cuales se pretende reivindicar la perspectiva de la comunicación social entendida como un proceso de apropiación de los discursos públicos y la configuración de un espacio político que surja de la interpelación constante entre actores sociales y que revierta, en última instancia, en la propia emancipación y en el empoderamiento de la ciudadanía. Nos movemos en el terreno de la transformación de la violencia simbólica o “cultural” –según la nomenclatura usada por Johan Galtung (1990)- inscrita en el discurso mediático dominante para la consecución de culturas de paz.

La reconfiguración del espacio público a la que estamos asistiendo requiere, además del dominio de las tecnologías de la imagen y de las estrategias de comunicación política viral, de habilidades discursivas que se articulan en torno a una concepción de “eficacia cultural para una Comunicación de Cambio Social Empoderadora, Ecosocial y de Sostenibilidad Cultural desde la Cooperación y la Solidaridad” (Nos Aldás et al., 2012: 210). Una eficacia cultural que se dé desde y hacia

la emancipación progresiva de los códigos modernos desde los que entendemos la política y la participación.

Es aquí donde enlazamos la Comunicación para la Paz con los Estudios Feministas y lo hacemos mediante la introducción necesaria de la perspectiva de género para la consecución giro epistemológico que propone Vicent Martínez Guzmán (2000).

En los Estudios para la Paz se presenta como condición *sine qua non* la capacidad de poder ver y explicar las relaciones de poder existentes en el mundo desde otros marcos de entendimiento. El feminismo contribuye, en este sentido, a la “explicitación de los sesgos de género implícitos” (Martínez Guzmán, 2000: 51) del saber válido, del conocimiento científico universalista occidental en el que se basan los discursos mediante los cuales tenemos acceso al mundo a través, entre otros, de los relatos de los medios de comunicación. Por tanto, entendemos que la emancipación personal y política de los sujetos pasa por la asunción de la mirada feminista, tanto desde la vertiente deconstructiva crítica de los discursos públicos como en la labor creativa.

Así, el ejercicio de la creatividad comunicativa transformadora, en términos pazológicos, resultaría de la imbricación de la perspectiva de género y la idea “imaginación moral” de John Paul Lederach (Nos Aldás, 2010: 139). Dos elementos que subyacerían a la intencionalidad de producir, en nuestro caso, piezas audiovisuales para una “pedagogía política comunicativa [...] que lleva al ciudadano [sic] a participar, a informarse y a querer informarse, a empoderarse como actor político [...]” (Nos Aldás et al. 2012: 216). El documental en el que nos fijamos para llevar a cabo esta monografía bien podría identificarse con tal idea política y pedagógica de la comunicación desde la perspectiva de género, partiendo del hecho de que la producción la lleva a cabo una asociación de mujeres cineastas, CIMA, cuyo *leitmotiv* se centra en visibilizar el trabajo de la mujer en todos los campos creativos del cine, fomentando así la diversidad y la pluralidad social. La propuesta de CIMA es contar historias que interesan a las mujeres y hacerlo con perspectiva de género, evitando así la representación sesgada de sus intereses².

Esta intencionalidad presente en la toma de los medios de representación es un factor que enlaza con el concepto intersubjetividad presente también en el de giro epistemológico de Martínez Guzmán para la consecución de culturas de paz, así como con la idea de “sinceridad comunicativa” que presenta Nos Aldás (2010: 137-140) en su

²Para más información sobre la asociación, su misión, objetivos e iniciativas, visitar: <http://cimamujerescineastas.es>

propuesta de aplicación práctica de este nuevo marco de entendimiento psicológico en el terreno de la comunicación social:

[...] la sinceridad sería la base tanto de la planificación y objetivos de la comunicación como de las estrategias discursivas seleccionadas para la construcción de sentidos, y que tendrán como prioridad establecer planteamientos educativos por medio de mecanismos de diálogo y propuestas de cambio. El estilo educativo va más allá de la persuasión; es comunicación (Nos Aldás, 2010: 139).

La perspectiva dialógica de la comunicación social necesita de una resituación explícita del locus enunciativo. Una condición que CIMA asume como esencial en el planteamiento del documental desde el momento que lo titula "*Yo decido*". Siempre que hablamos de comunicación en términos de cultura de paz debemos analizar si se da cabida a las voces silenciadas, es decir, si se posibilita la participación intersubjetiva y la reapropiación de los espacios comunicativos a los colectivos cuyas versiones, cuyos modos de ver, de mirar y de entender han sido obviados por irrelevantes para la versión oficializada de los hechos. Sin las voces de las mujeres, en este caso, entendemos que no puede darse una transformación de los marcos interpretativos.

Los Estudios de Género influyen de manera esencial en esta propuesta de una comunicación asumida como compromiso (Martínez Guzmán, 2003; Nos Aldás y Gámez Fuentes, 2006) y capaz de desmontar imaginarios dominantes que invisibilizan cómo nuestros comportamientos forman parte de la hegemonía. Las aportaciones que la perspectiva feminista ha realizado en el estudio de la victimización, el sufrimiento y la violencia evidencian la necesidad de situarse como emisor-interlocutor en ese proceso dialógico intersubjetivo como paso ineludible a la apertura de la discusión sobre asuntos públicos. Apostar por la pedagogía participativa comunicativa en aras del empoderamiento ciudadano, implica "perder el miedo a la vulnerabilidad, [y confiar] en la eficacia de discursos abiertos, inacabados, que esperan la participación del otro" (Nos Aldás, 2010: 134).

Si atendemos a los esquemas de comunicación horizontal que surgen a raíz de la expansión de las TIC, la participación supone "la culminación" de tales procesos igualitarios, en tanto que "ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes" (Beltrán, 2007: 56 y 58). Así, la acción política que implica el ejercicio comunicativo se presenta

como eje a partir del que articular unos “escenarios de representación”³ propicios para hacer las paces:

La forma más desarrollada de participación es la auto-gestión. Este principio implica el derecho de participación en la planificación y producción de los contenidos de los medios de comunicación. Sin embargo, no todos desean o deben ser involucrados en su implementación práctica. Es más importante que la participación sea posible a nivel de la toma de decisiones en cuanto a los temas que serán tratados en los mensajes y en cuanto a la selección de procedimientos (Servaes y Malikhao, 2007: 47).

Así pues, veremos como la auto-gestión de los procesos de representación mediática puede activar la “sensibilidad moral” de la sociedad (Nos Aldás et al. 2012: 216) y qué posibilidades ofrece la resituación de un locus enunciativo que favorezca la puesta sobre la mesa de la versión de las mujeres sobre asuntos públicos. En esta línea, resulta interesante hacer alusión valor ético y político del proceso espectral al que se refiere Kelly Oliver (2004) cuando nos habla de la operatividad del *ethical witnessing* o testimonio ético.

La autora sostiene que la incorporación del testimonio ético (en el relato mediático, para nuestro caso) trasciende en el plano de la recepción la posibilidad de actuar de simple testigo de lo que se ve y activa nuestra responsabilidad a la hora de interpretar la manera en la que se interpela a las víctimas de la injusticia social (Gámez y Nuñez, 2013: 155-156). Así pues, en contextos de conflicto o violencia estructural, abriríamos la posibilidad de romper con la focalización mediática centrada en el binomio perpetrador-víctima para estimular nuestra “sensibilidad moral” y la capacidad de respuesta responsable en el plano de la recepción del mensaje, esto es, en el lugar del testigo.

2. Discusión

Yo decido. El tren de la libertad (CIMA, 2014) cuenta precisamente con multiplicidad de testimonios de mujeres, el colectivo social afectado por la injusticia de un proyecto de ley que atenta contra su capacidad de decidir sobre su cuerpo y el rumbo de sus vidas. El espacio diegético que se articula en el audiovisual bien podría relacionarse con la idea de espacio público con la que Manuel Castells trabaja desde su

³ Modificamos aquí el concepto de «escenarios de comunicación» de Benavides (en Nos Aldás, 2010: 130) para incidir en el aspecto simbólico de la “representabilidad” y consecuente presencia de todos los actores sociales (todas las voces) en el discurso mediático, como proceso comunicativo paralelo y convergente con los procesos políticos participativos.

conceptualización de la “sociedad red”. Según el autor, la arena pública “se construye como espacio híbrido entre las redes sociales de Internet y el espacio urbano ocupado [...] en una interacción incesante y constituyendo tecnológica y culturalmente comunidades instantáneas de prácticas transformadoras” (Castells, 2012: 28).

En este espacio público construido en el marco diegético del documental, CIMA presenta la experiencia *on-* y *off-line* del grupo feminista Les Comadres de Asturias durante en el proceso de planificación de su acción: la manifestación que tendría lugar en Madrid en contra de la propuesta del gobierno de reformar la ley del aborto. Si seguimos a Castells, debemos apuntar que el protagonismo de las TIC en el documental lo encontramos en las referencias testimoniales de las activistas y manifestantes, quienes dan cuenta de la eficacia viral de las nuevas tecnologías en la creación de ese lugar público y simbólico desde el cual se articuló el debate y se consiguió la adhesión transversal y sinérgica de diferentes colectivos, partidos políticos y sindicatos que apoyaron a las organizadoras. La experiencia *on-line*, por tanto, la limitaríamos –aunque no por ello la relegaremos a un segundo plano- a la difusión viral de las motivaciones feministas de este evento reivindicativo (la manifestación de la Marea Violenta en Madrid y sus réplicas en países como Francia, Reino Unido, Holanda, Bélgica, Italia o Argentina) al que se unieron miles de personas, de diversas edades, nacionalidades, condición social y género.

Las referencias en prensa que podemos encontrar acerca del acontecimiento, así como de las acciones y reacciones comunicativas y creativas previas, son numerosas y muchas de ellas aparecen en el propio documental, en el cual se recogen algunas de las piezas que emitieron los noticiarios de canales de televisión privada estatal de corte “progresista”, como La Sexta o Cuatro, o la entrevista radiofónica de la portavoz de *Les Comadres* con Gemma Nierga en el Hoy por Hoy de la SER. Estos intertextos nos permiten localizar el conflicto en la agenda político-mediática del momento y contrastarlo con la narración de los hechos en el documental feminista. Se produce así una especie de “guerrilla mediática” (Ramonet, 2010: 38) que desvela el deseo de las cineastas (de CIMA) de transgredir el discurso *mainstream*, una tendencia estilística propia de la comunicación del contra-poder en su intento de recuperación de los imaginarios colectivos con la que nos sentimos familiarizadas desde los episodios indignados. Los mismos episodios, por cierto, que supusieron el encuentro en la calle y la puesta en común de las peticiones de las feministas más veteranas con las más postmodernas en el contexto estatal (Gámez Fuentes, 2015).

Precisamente es en la transgeneracionalidad donde la dación de testimonio ético cobra importancia en el documental. De la misma manera que lo hicieron en el 2011 en las plazas (a pesar del rechazo del movimiento indignado que consideró, una vez más en la historia, que la agenda feminista dividía la lucha común (Gámez Fuentes, 2015), los colectivos de mujeres contra el proyecto de reforma de la ley del aborto recuperaron el espacio público de la calle para reivindicar por enésima vez el derecho a decidir libremente sobre sus cuerpos. Una demanda, como decimos, que resulta común a los testimonios de las generaciones de abuelas y nietas que aparecen en *El tren de la libertad*.

Siguiendo las premisas de responsabilidad en el ejercicio de presentación de los testimonios, el montaje final de CIMA presenta las opiniones de las mujeres desde una posición empoderada en la que se ven legitimadas para rechazar las decisiones gubernamentales y para exponer sus argumentos sobre, en este caso, las políticas de salud reproductiva. Las palabras que más se repiten son las de libertad, decisión, poder, derecho, solidaridad con las demás mujeres (con las que antecedieron la lucha feminista y con las generaciones de jóvenes y niñas) y la de apoyo (especialmente desde los colectivos internacionales). Tal y como señala una de las activistas asturianas al inicio del documental, “somos personas serias” que consideran el derecho del aborto como un derecho fundamental para la igualdad de género.

La premisa universalista de la igualdad de derechos es la más presente en las declaraciones de los hombres, que en este caso aparecen como los “compañeros de” o “los padres de”. Los compañeros de las madres y abuelas que se manifiestan por sus derechos y los padres de las niñas cuyas madres entienden el ejercicio de la maternidad como un derecho político y no como una obligación. También mujeres embarazadas que deciden seguir adelante con la gestación refuerzan los argumentos de aquellas que acompañaron en el pasado a las jóvenes solteras, mujeres casadas con más hijos a los que ya les costaba mantener, etc. que marcharon al extranjero para poder abortar y que no están dispuestas a resignarse ante la injusticia. Una de las pasajeras del tren entrevistadas apunta que siempre le había impresionado e inspirado lo empoderadas y valientes que fueron las mujeres que “salían en los documentales” sobre la dictadura (franquista) y la transición en la lucha por sus derechos. Añadía que el actual episodio de violencia estructural merecía una respuesta igual de valiente por su parte. Aquí es donde radica lo transgresor en términos políticos del *ethical witnessing*. Por una parte, en el nivel intradieético, corroborando el efecto de responsabilidad política, la

movilización, que el mensaje feminista logra provocar viralmente a través de las plataformas de convergencia mediática *on-line*. Por otra, sugiriendo implícitamente que, del mismo modo que pasó con la espectadora de documentales históricos, *Yo decido* “[...] enmarcará los testimonios de las manifestantes desde los parámetros adecuados (éticos) para la re-activación de la “sensibilidad moral” (Nos Aldás et al., 2012).

De hecho, desde el plano de la recepción, resulta interesante comprobar cuán adecuada ha sido la combinación de los testimonios individuales con los planos generales de la manifestación. Los primeros se caracterizan por presentar, valga la redundancia, primeros planos en los que se aprecian las lágrimas y las emociones contenidas de las feministas más veteranas que recuerdan tanto los “fracasos” (resulta impactante el testimonio que recoge el caso de una menor de edad que falleció tras auto-provocarse un aborto ante la falta de autorización familiar para llevar a cabo el procedimiento en una clínica) como los numerosos casos de éxito en los que se posibilitó el ejercicio de libre decisión de mujeres con el apoyo de camaradas internacionales. A las feministas que acompañaban y a las que acogían se les escucha de manera clara, sin ruidos.

Como decíamos, las historias de vida (lo personal) y los argumentarios políticos (esto es, lo testimonial: las voces de lo vivido, asentado y racionalizado) cobran fuerza, en el plano de lo ético, en esa intercalación con las secuencias en las que aparece la multitud colorida –tonos morados- manifestándose en un ambiente festivo en el que tampoco faltan las pancartas, los instrumentos musicales de percusión –batukadas- y los megáfonos. Una clara metáfora del “alzar la voz” que hace que resuenen las consignas reivindicativas de las mujeres al unísono en el espacio público. Una metáfora que se complementa en el documental con la adaptación de la canción “El cha-ca-cha del tren” de Mocedades realizada expresamente para la marcha y que explicita la voz femenina de la meganarración. Empieza así:

*Gallardón que es un fascista redomado
emisario del Tea Party y el sayón
investido con el solio vaticano
ha parido una estrategia que proclama sin rubor.*

*Al compás del chacachá
del chacachá del tren
las mujeres se van
directas a por él.
Que el Tren de la Libertad
que corre hacia Madrid*

*nos da fuerza y moral
luchar y decidir.
[...]*

Conclusiones

Según el marco desde el que trabajamos la Comunicación para la Paz desde la Cátedra UNESCO de Filosofía para la paz y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP), las prácticas comunicativas deben articularse desde la responsabilidad cultural hacia la justicia social, por lo que su objetivo ha de ser de carácter pedagógico respecto a la activación de una sensibilidad moral que derive en la transformación/acción ciudadana. En este momento, las investigaciones avanzan en el estudio de la operatividad de la dación de testimonio ético como herramienta discursiva para el empoderamiento de los colectivos afectados por la violencia estructural, es decir, la injusticia. El ejemplo de *Yo decido. El tren de la libertad* se nos presenta como una buena práctica en lo referente a la explicitación de la focalización feminista a través del uso del testimonio ético como elemento comunicativo pedagógico y empoderador. El visionado del montaje final, que hace un recorrido circular desde las emociones vivenciales hacia la racionalización de los argumentos personales y hasta lo emotivo de la acción colectiva, nos permite calificar el documental como elemento cultural para la activación política. Nuestros esfuerzos se centran ahora en investigar más casos que se articulen alrededor del testimonio y que transgredan los binomios perpetrador-víctima para la transformación de los conflictos desde la intersubjetividad y a partir de la recuperación de historias de vida de los grupos silenciados sobre y sin los cuales se ha interpretado la realidad social en aras de oficializar la versión de las estructuras de poder hegemónicas.

Bibliografía

- Beltrán, L. R. (2007). Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal. En Walzer, A. y García, M. (eds.), *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura* (pp. 37-66). Madrid: Edipo.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Galtung, J. (1990): Cultural Violence. *Journal of Peace Research*, 27(3), 291-305.
- Gámez Fuentes, M. J. (2015). Feminisms and the 15M Movement in Spain: Between Frames of Recognition and Contexts of Action. *Social Movement Studies*, 14(3), 359-365. Recuperado de

<http://www.tandfonline.com/eprint/h8WsT67jaZFUZ5bj5DHD/full#.VRMvn0tyf eE>

- Gámez Fuentes, M. J. y Núñez Puente, S. (2013): Medios, ética y violencia de género: más allá de la victimización. *ASPARKÍA. Investigación Feminista*, 24, 145-160
- Martínez Guzmán, V. (2000). Saber Hacer las Paces. Epistemologías de los Estudios para la Paz. *Convergencia*, 23, 49-96.
- Martínez Guzmán, V. (2003). Discurso y sensibilización: entre la indignación y la esperanza”. En Benet, V. y Nos Aldás, E. (eds.), *La publicidad en el Tercer Sector* (pp. 203-227). Barcelona: Icaria.
- Martínez Guzmán, V.; Comins Mingol, I. y París Albert, S. (2009). La Nueva Agenda de la Filosofía para el siglo XXI. *Convergencia Revista de Ciencias sociales*, Número Especial Fronteras de las Ciencias Sociales desde Iberoamérica, 91-114.
- Nos Aldás, E. y Gámez, M. J. (2006). *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la (des)articulación social*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Nos Aldás, E. (2010). La Comunicación y los Discursos Públicos. En Comins Mingol, I. y París Albert, S. (eds.), *Investigación para la Paz: Estudios Filosóficos* (pp. 129-144). Icaria: Barcelona.
- Nos Aldás, E., Iranzo, A. y Farné, A. (2012). La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 209-237
- Oliver, K. (2004). Witnessing and Testimony. *Parallax*, 10(1), 79-88.
- Ramonet, I. (2010). El sistema mundial de comunicación: obstáculos para el desarrollo. En Martínez-Gómez, R. y Lubetkin, M. (coords.), *Comunicación y desarrollo: pasos hacia la coherencia*. Zamora: Comunicación Social, 29-41.
- Servaes, J. y Patchanee, M. (2007). Comunicación participativa: ¿el nuevo paradigma?. *Redes Revista de Estudios para el desarrollo Social de la Comunicación*, 4, 43-60.

Agradecimientos

Este trabajo se inscribe dentro de las líneas de investigación de los proyectos: CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad de España y P1 1A2012-05 “De víctimas a indignados. Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una cultura de paz”, del Plan de Promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I de Castellón.

Biografía

Laura Castillo Mateu es becaria FPU adscrita al Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I e investigadora del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz de dicha universidad. Centra su interés en cuestiones de género, feminismos y representación mediática. Correo electrónico: laura.castillo@uji.es.

Discursos mediáticos a través de Twitter. Imágenes sobre el liderazgo empresarial de las mujeres: #liderazgofemenino

Media discourses through Twitter. Images about women's business leadership: #womensleadership

Maria Medina Vicent, Departament de Filosofia i Sociologia, Universitat Jaume I

Resumen

Identificar los discursos construidos a través de Twitter en torno a la presencia de las mujeres en posiciones de liderazgo empresarial es la tarea que nos ocupa en el presente escrito. La escasa presencia de mujeres en cargos de relevancia social se ha configurado como tema central de la agenda política y económica europea. Por su vigencia y relevancia social existe la necesidad de preguntarse críticamente acerca del papel que toman organismos gubernamentales, grupos de empresarias/os y/o grupos ciudadanos en relación a este fenómeno. Consecuentemente, nos interesa conocer el discurso mediático y los valores que asocian a las directivas o mujeres líderes dichos grupos a través de Twitter. Esta red social posee un gran potencial de movilización social y su sencillez consigue que los mensajes se transmitan rápidamente calando hondo en el imaginario colectivo. Saber si dichas representaciones contribuyen a la lucha feminista por la igualdad, o si perpetúan las estructuras de poder asimétricas, es una cuestión central para la consecución de una sociedad y una empresa más justa.

Palabras clave

Representación; discurso; valores; liderazgo femenino; empoderamiento.

Abstract

The aim of this communication is to identify the Twitter's discourses about women's presence in business leadership positions. The lack of women in power positions is a central issue in European political and economic agenda. For its social relevance, there is a need to ask critically about the role that play in this phenomenon the government agencies, business associations and/or citizen organizations. Consequently, we are interested in the media discourse and the values associated with women leaders through Twitter. This social network has a great potential for social mobilization, and its simplicity allow us to send quick messages, which impact at the collective imagination. We want to know if these representations contribute to the feminist struggle, or perpetuate asymmetric structures, because this is a central issue to the achievement of a fairer society.

Keywords

Representation; discourse; values; women's leadership; empowerment.

Introducción

El acceso de las mujeres a cargos de responsabilidad pública es largo y está minado debido a la desigualdad de género estructural en nuestras sociedades. Inevitablemente, esto nos remite a la cuestión del poder, que dista mucho de encontrarse igualitariamente repartido entre mujeres y hombres. Y es que, la asociación de lo público con los varones hace que “este ámbito sea inaccesible para las mujeres y en el

caso de acceder a él, se las marque con el estigma de la no feminidad” (Caballero, 2012: 69). Esto supone para las mujeres en la esfera pública, un examen constante y riguroso de sus acciones por parte de todos los medios de comunicación. En este sentido, las redes sociales como Twitter son también el espacio desde el que se configuran las representaciones de estas líderes; así como desde el que asociaciones feministas pueden luchar por la igualdad de género, ya que Twitter configura una plataforma óptima para construir redes colectivas online, que al mismo tiempo permiten a sus miembros configurar una identidad pública o “what McDonald (2002) describes as the pursuit of public experiences of the self rather than of collective solidarity” (Bennett y Segerberg, 2011: 2). Así pues, se estudiará el discurso mediático elaborado a través de Twitter sobre las mujeres en cargos de liderazgo empresarial, lo que se ha denominado “liderazgo femenino”. Desde nuestro punto de vista, dicho concepto resulta controvertido, por su puesta en valor de una idea de feminidad concreta. Sin embargo, no es la tarea que nos ocupa aquí establecer sus potenciales y riesgos para la emancipación feminista. Dejaremos abierta esta línea de investigación para próximos trabajos, y aquí se utilizará la acepción general de liderazgo femenino como aquél que es desarrollado por mujeres en un sentido amplio.

Las redes sociales juegan un papel central en la educación ciudadana y la promoción de valores como la igualdad. Por esta razón, escogemos Twitter para nuestro análisis, ya que posee dos rasgos esenciales que permiten visibilizar el problema de la desigualdad de género en los cargos de responsabilidad empresarial y crear una imagen ética de la mujer como líder: su carácter viral y el potencial del *hashtag* para visibilizar problemas sociales. Es necesario analizar dicho discurso, ya que los valores sobre los que se construye, determinarán si se trata de una visión crítica y transformadora del fenómeno del liderazgo femenino; o de un discurso que fomente roles de género desiguales. Centralmente, nuestra intención reside en conocer las diferencias entre los discursos referentes a la presencia de mujeres en cargos de responsabilidad empresarial, realizadas desde tres ámbitos clave para la promoción de la igualdad de género en la empresa: el Estado, el mundo empresarial y la ciudadanía. Así, se han escogido tres perfiles concretos que suponen una representación de los valores y discursos predominantes en cada área anteriormente citada.

En el primer caso, nos centraremos en el perfil del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Gobierno de España (@Inmujer), ya que consideramos, es una de las instituciones públicas más importantes en la promoción de la igualdad de

género de nuestro país y, por tanto, sus intereses representan de buen grado los de la administración pública en este sentido. En el caso del ámbito profesional, analizaremos el portal de información para mujeres profesionales Mujeres&Cia (@mujeresycia), porque dicha asociación goza de una gran credibilidad en el mundo empresarial y son muchas las mujeres profesionales (empresarias, emprendedoras y directivas) las que acuden a este portal para realizar sus consultas o aportaciones. Por último, en lo referente a las asociaciones ciudadanas, se tratará el caso de Coord. Feminista PPCC (@PPCCFeministes), ya que se trata de una asociación ciudadana con una gran actividad, que se encuentra muy cercana a nosotros/as en lo que respecta a lo geográfico, y que tiene la capacidad de aglutinar en su seno las iniciativas de diferentes grupos ciudadanos. Además, se han seleccionado estos perfiles por tres razones centrales, que se suman a las anteriores. Primero, se trata de perfiles que corresponden a instituciones o asociaciones reales que operan y/o tienen su sede oficial en territorio del Estado español. Segundo, otro criterio de selección ha sido la frecuencia de publicación en Twitter, cuanto más alta, mayor es el corpus de análisis teórico. Tercero y último, se ha considerado una buena señal de su vigencia, la actividad que generan en otros espacios de la red, como páginas web propias.

Así pues, el seguimiento y análisis de la actividad en sus perfiles de Twitter comprende el espacio temporal que va del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2014. No se ha utilizado ningún programa específico para la extracción o seguimiento de los tweets, solamente la entrada manual y el seguimiento diario de la actividad de cada uno de los perfiles en los meses mencionados, realizada por parte de la investigadora que escribe. Sí se ha llevado a cabo la posterior clasificación de los tweets en tablas, para facilitar así el análisis del contenido. Posteriormente, se han analizado los tweets con el objeto de identificar las temáticas centrales, los valores destacados y las ideas clave que se subrayan en los tres casos, y configuran su discurso sobre el liderazgo de las mujeres. El número de tweets seleccionados y analizados (de entre todos los publicados en los tres perfiles de septiembre a diciembre de 2014) pasa a ser de: 53 tweets del @Inmujer, 68 tweets de @mujeresycia y 70 tweets de la coordinadora @PPCCFeministes.

Consideramos de vital necesidad conocer el tipo de liderazgo que está siendo asociado a las mujeres a través de los discursos que diferentes organismos construyen en Twitter, ya que dependiendo de qué valores se estén promoviendo, se tratará de un discurso de empoderamiento y emancipación, o de perpetuación de los viejos roles estereotípicos de género. La diferencia resulta clave porque en un caso se estará

potenciando y educando en una ciudadanía crítica y activa mientras que en el otro reforzando estructuras sociales desiguales.

1. El potencial de Twitter para la construcción de discursos sociales

La importancia que tienen hoy en día herramientas como Twitter o Facebook ha sido sobradamente evidenciada mediante su papel en la eclosión de movimientos sociales como el propio 15M en el Estado español (Toret et al., 2013). El resurgimiento de una ciudadanía crítica conocedora de las redes de comunicación, que transmiten su opinión e influyen en las estructuras de poder a través de procesos de monitorización (Feenstra, 2012; Feenstra, 2014: 93), resulta clave para valorar los mensajes lanzados desde dichas herramientas. Sin embargo, más allá de los fenómenos sociales que como éste acaparan la atención del público internacional por su carácter revolucionario, nos centraremos en un uso distinto de las redes sociales, pero no por eso menos importante. Nos referimos, como se ha comentado anteriormente, a los discursos elaborados por parte de Estado, empresariado y ciudadanía, en torno a la presencia de mujeres en la alta dirección empresarial. Pudiera parecer a los/as más escépticos/as, que dicha cuestión no es tan relevante como los movimientos sociales globales que acabamos de apuntar. No obstante, se deberá tener en cuenta desde el inicio que los discursos mediáticos influyen en gran medida en la formación de la opinión pública y ayudan a construir las imágenes que, en este caso, identificamos con la igualdad, el feminismo o las mujeres líderes.

En este sentido, Twitter brinda la posibilidad “to post and receive small message updates in real time so as to draw attention to events while they are occurring” (Java et al., 2007). Este hecho, sumado al límite de 140 caracteres en los mensajes, fuerza al usuario u organismo a sintetizar sus ideas, comunicando conceptos clave sobre lo que desea transmitir, muchas veces en forma de *hashtag*. Al tener que ser tan concisos, se realiza un ejercicio de síntesis que puede resultar muy revelador sobre el componente vital del mensaje. A saber, se crean contenidos más concretos, directos y que apelan a hechos específicos que llegan de forma más rápida al *follower*. Igualmente, la posibilidad de acompañar el texto con imágenes, vídeos o enlaces a otros contenidos, permite concebir Twitter como un medio netamente intertextual. Así pues, nos planteamos “the question of what is actually gained cognitively from having more explicit, dynamic and interactive representations of information” (Scaife y Rogers, 1996: 186), cuál es su poder para transmitir ciertos modelos y representaciones sobre

diferentes temáticas, configurándolas a través de textos cortos, imágenes claras, así como mediante la fuerza sintetizadora y movilizadora del *hashtag*. Todos estos son rasgos que se adaptan muy bien a la instantaneidad de la actual sociedad mediática.

2. Representaciones digitales en torno a la presencia de las mujeres en la empresa

2.1 @InsMujer: hacia una igualdad efectiva en el ámbito empresarial

A partir del seguimiento del perfil @InsMujer del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Gobierno de España, se ha podido comprobar que se tratan diversas temáticas como la violencia de género o la educación en igualdad. Sin embargo, se ha decidido seleccionar aquellos tweets referidos a la presencia de mujeres en la empresa en un sentido amplio: igualdad efectiva, conciliación laboral, racionalización de horarios, maternidad, etc. Ha sido grato comprobar que dicho organismo otorga bastante importancia al fomento de la igualdad de oportunidades y a la cuestión de la presencia de las mujeres en los cargos directivos de las organizaciones. A través de su perfil se nos trasladan las participaciones de Carmen Plaza, Directora General del Instituto, en diferentes foros y congresos que suelen tratar temas relacionados con conciliación como el Congreso en Hora, desayunos con empresarios/as u otros como el proyecto Promociona. Este último es un programa que pretende la mejora del acceso de mujeres a cargos de dirección y Consejos de Administración empresarial para crear así un liderazgo compartido. Relacionado con esto, encontramos el *hashtag* #MasMujeres, utilizado cada vez que se establece un acuerdo con empresas, como por ejemplo Xerox, para la inserción de mujeres profesionales en la alta dirección.

El rasgo más revelador en referencia al discurso institucional sobre el liderazgo de las mujeres, que se intuye a lo largo de todo el análisis, se identifica más concretamente en el tweet que formula la ministra de @sanidadgob Ana Mato, quien asegura que la igualdad de oportunidades es progreso, "el talento no tiene sexo". Esta idea nos remite de lleno al discurso de la meritocracia, que encaja perfectamente en el seno de una sociedad en la que "la legitimación racional-legal de las instituciones es reemplazada por una legitimación tecnocrática y meritocrática" (Alonso, 2002: 477). Dicho discurso puede resultar peligroso para la lucha feminista, ya que legitima la escasa presencia de mujeres en cargos de relevancia social, porque se considera que las que llegan, lo hacen porque "valen" y si no es así, no se habrán esforzado lo suficiente. En este aspecto, son demasiadas las ocasiones en que una mujer es situada en una posición de relevancia

para justificar la invisibilidad de otras, estas “mujeres alibí”, término acuñado por la filósofa Hannah Arendt, son las que llegan al éxito creyendo que es sólo por su “valía” y dejan de lado el análisis de las razones por las que otras no pueden acceder a los mismos cargos, arguyendo que no se lo han ganado (Berbel, 2013: 71-72). Esta noción esconde la discriminación por razón de género en dichos ámbitos, poniendo en valor la meritocracia como único factor para la consecución de un cargo de relevancia social, cuando es evidente que entran en juego otros factores, en gran medida ideológicos.

Resulta necesario resaltar que en el ascenso de las mujeres a cargos de dirección, no solamente entra en juego el talento de la candidata concreta, sino prejuicios basados en estereotipos de género, que priman los perfiles de hombres en los procesos de selección; esto sería lo que la filósofa Amelia Valcárcel denomina los “sistemas de cooptación” (Valcárcel, 1997: 98). No debemos olvidar que “en una sociedad patriarcal los intereses en conflicto de los diferentes grupos tienden, no sólo a invisibilizar los intereses de las mujeres, sino a legitimar los intereses de los hombres por encima de los intereses igualitarios” (Reverter, 2008: 48). En suma, no debemos caer en el error de considerar que si una mujer posee el talento suficiente, acabará alcanzado el puesto de responsabilidad que se merezca, ya que en el camino encontrará obstáculos. La tarea de las estructuras estatales radica en establecer medidas efectivas para que dichos obstáculos desaparezcan, dejando atrás el tan roído discurso de la meritocracia.

2.2 @mujeresycía: espacio virtual para directivas, empresarias y profesionales

Mujeres&Cía es un portal periodístico especializado en visibilizar a “las mujeres con poder de decisión (empresarias, directivas, etc.) desde una perspectiva de género”, como señala su presidenta Mercedes Wullich. Al tratarse de un perfil especializado en el ámbito de mujeres y empresa, se da una tendencia mayor a tratar temas como la igualdad de oportunidades o aspectos más profesionales de formación. Al mismo tiempo, en su tarea de visibilizar a las directivas, cada vez que una mujer es ascendida o contratada para ocupar un cargo de relevancia empresarial, se comunica a través del perfil. Puede parecer una tarea meramente estética, sin embargo, su desarrollo implica reconocer la necesidad de seguir trabajando por la igualdad. El emprendimiento empresarial de las mujeres es otro de los puntos temáticos centrales, donde se puede observar un fuerte discurso de la autoocupación, de gran vigencia en el actual contexto de recesión económica. En este tipo de perfiles se le suele dar mucha importancia, ya que se considera que el emprendimiento es una buena salida para el desempleo

femenino. Sin embargo, no observamos un discurso crítico con las condiciones menos favorables que tienen las mujeres a la hora de acceder a los recursos necesarios para sus proyectos empresariales. Se centran más en otorgar herramientas y consejos para aquellas que deseen convertirse en empresarias, pasando por alto el hecho de que emprendedores y emprendedoras aún no lo son en igualdad de condiciones, ya que las segundas no tienen el mismo acceso a las redes de poder. En resumen, el discurso de la autoocupación para escapar del “techo de cristal” (Segerman-Peck, 1991), predomina tanto en la esfera empresarial como en la institucional, lo que pone en manos de las mujeres individuales la responsabilidad de atender un problema colectivo tan grave como el desempleo femenino y la falta de mujeres en cargos de dirección.

Por otro lado, a partir de los tweets y los artículos periodísticos con los que enlazan, se pueden identificar rasgos clave del liderazgo que se asocia a las mujeres. Su contenido nos remite a los discursos que se pueden encontrar en los *best-sellers* de la literatura gerencial “que refleja, de una manera fidedigna, los rasgos fundamentales de la actual ideología empresarial” (Alonso y Fernández, 2013: 45). Cabe destacar la existencia de una literatura gerencial dirigida a mujeres profesionales, se trata de obras donde existe una fuerte tendencia a situar los obstáculos de ascenso en el propio interior de las mujeres, dejando de lado el hecho de que las estructuras sociales materiales y simbólicas son las que determinan dichas imposibilidades. Asimismo, se pone énfasis en el talento, volviendo a la cuestión de la meritocracia vista en el perfil anterior, un tipo de dinámica muy extendida en la literatura de este tipo, donde encontramos ejemplos como el siguiente: “A las mujeres no nos basta con pedir igualdad profesional, no podemos decir: soy mujer y por lo tanto merezco ser tratada de la misma manera. Tanto si eres hombre como mujer, necesitas ganarte el respeto” (Chu, 2009: 57).

Dicha individualización de la desigualdad, unida a la aceptación del estereotipo de género femenino, resulta arriesgado para la lucha feminista; ya que se aconseja a las directivas que potencien de forma acrítica las capacidades consideradas femeninas: “La comprensión, la escucha activa con sentimiento y la mediación son cualidades eminentemente femeninas. Hoy son imprescindibles en el mundo de la empresa y de los negocios” (Majarín, 2011: 85). El riesgo de naturalizar los rasgos que diferencian a mujeres y hombres, nos conduce de lleno al discurso de las neurociencias, que pueden derivar en un neurosexismo muy peligroso cuando se están intentando aplicar sus descubrimientos al campo del *management* (Braidot, 2011; Fine, 2011), sobre el cual se fundamentan gran parte de la literatura gerencial dirigida a mujeres. En este sentido, se

crea la apariencia de que las dificultades de las mujeres para ascender son individuales y no estructurales, y que en muchos casos proceden de la propia “naturaleza” femenina.

Al respecto destacan las declaraciones de Mónica de Oriol, Presidenta del Círculo de Empresarios, quién dijo que prefería contratar a mujeres fuera de la edad fértil, ya que los embarazos suponían costes para las empresas, declaraciones de las que Mujeres&Cía se hicieron eco. Me gustaría enlazar este hecho con el *Principio de publicidad* de Kant, que nos permite discernir que “la confianza es directamente proporcional a la capacidad de las organizaciones para hacer públicas y justificar discursivamente sus acciones, estrategias y políticas” (García-Marzá, 2004: 209). Este principio nos otorga las claves para conocer en qué medida son legítimas las acciones de dicha asociación, que al hacer público uno de los principios del mundo empresarial basado en el espíritu del *homo oeconomicus* (Calvo, 2013), puso de relieve que su conducta no era ética. Esta noticia, en tanto apela a la situación de las directivas, desvela la verdadera desigualdad en el mundo laboral. Consecuentemente, individualizar los problemas de las mujeres en la empresa, supone un retroceso para la lucha feminista, ya que permite que las desigualdades estructurales sigan vigentes, como las palabras de Oriol desvelaron.

2.3 @PPCCFeministes: demandas de justicia social desde la ciudadanía crítica

Coord. Feminista dels Països Catalans (@PPCCFeministes), es una coordinadora de colectivos feministas radicados en territorios catalanes, valencianos y baleares. Uno de los rasgos principales en su perfil de Twitter, a diferencia de los dos anteriores, es que mantiene una actitud más activa con otros perfiles, hecho que implica una mayor actividad diaria. De aquí se desprende una noción diferente de la lucha por la igualdad: el valor de la lucha ciudadana organizada para eliminar las desigualdades que imperan en las relaciones sociales. Asimismo, se tratan gran variedad de temáticas relativas a problemas sociales, políticos y económicos; asuntos de interés público que implican otras luchas además de la feminista: crisis económica, votaciones del 9N en Cataluña, homofobia contra los grupos LGTB, etc. Sin embargo, la cuestión de las mujeres en cargos de dirección no es una de las prioridades, ya que no se han encontrado referencias a lo largo del análisis. Este hecho nos hace pensar que los intereses de las asociaciones ciudadanas feministas son más heterogéneos y conectados con los problemas de la ciudadanía global; lo que quiere decir que se atacan de lleno las estructuras desiguales, vengan de donde vengan, afirmación que se ve más clara con un

ejemplo: @PPCCFeministes utiliza constantemente la idea del “patriarcado”. Un concepto al que subyacen principios ideológicos que difícilmente encontraremos en los perfiles anteriores. En este aspecto, el discurso es mucho más crítico, incentivando movimientos ciudadanos como la #vagadetotes (huelga de todas) planeada para la primavera de 2015, en que asociaciones feministas ejercerán su derecho a la vaga para hacer visibles las condiciones de desigualdad de las mujeres desde una concepción plural. Así pues, a diferencia del primer caso estudiado, donde el discurso se acerca más a una legitimación de las estructuras de poder gubernamentales; y en el segundo, donde no se realiza ninguna crítica al sistema económico o laboral tal y como se encuentra planteado; @PPCCFeministes nos abre un espacio para la lucha ciudadana, crítica y consciente.

Por tanto, este perfil es una clara muestra de que “tanto la reflexión sobre la ciudadanía y la democracia como la reflexión sobre el conocimiento y la filosofía han dejado de ser reflexiones puramente «teóricas», «racionales» y «objetivas»”. (Reverter, 2001: 104), que el camino hacia la igualdad entre mujeres y hombres supone una puesta en duda de los pilares de nuestra sociedad y de una transformación democrática. Enlazamos esta afirmación con la propuesta de Valcárcel (1997), sobre una ética de la solidaridad entre mujeres entendida como la autoconciencia feminista para luchar contra los obstáculos impuestos por el patriarcado. Su propuesta se acerca al discurso de @PPCCFeministes, y nos permite darnos cuenta de la importancia de promover una conciencia política colectiva de ser mujeres, porque la verdadera transgresión del feminismo radica en su poder a la hora de impulsar una alianza de las mujeres, una coalición que acabe con su aislamiento, proceso que Lagarde denomina “sororidad” (Lagarde, 1996: 83).

Conclusiones

En líneas generales, se ha comprobado cómo los discursos sobre la presencia de mujeres en la alta dirección empresarial son dispares, dándose mayores confluencias entre los perfiles de Twitter @InsMujer y @MujeresyCia, que al situarse respectivamente en el ámbito gubernamental y económico, tienen puntos en común como el discurso de la meritocracia y el de la autoocupación. Mientras que @PPCCFeministes, al proceder directamente de la ciudadanía, cuenta con una visión crítica de las estructuras que los anteriores perfiles intentan, en cierta medida, legitimar.

Este hecho resulta revelador, ya que mientras @PPCCFeministes utiliza conceptos como feminismo o patriarcado, dichos términos raramente son utilizados en los otros casos. Al mismo tiempo, el carácter plural y heterogéneo que le otorga el tratarse de un espacio creado por y para la ciudadanía, ha dificultado que se encontrasen referencias a las mujeres directivas o a modelos de liderazgo asociados. El análisis de este perfil, ha servido sobre todo para comprender las distancias semánticas y de acción que existen entre los tres ámbitos sociales representados en los perfiles: ámbito institucional, económico y social.

Como se ha indicado al inicio del escrito, deseábamos conocer el tipo de liderazgo que está siendo asociado a las mujeres a través de los discursos que diferentes organismos construyen en Twitter. Y esto se ve mayormente en el perfil de Mujeres&Cía, donde se asocia a las líderes cualidades tradicionalmente consideradas “femeninas” (empatía, intuición, cooperación, etc.) y, por ello, asociadas a las mujeres. Este tipo de afirmaciones suponen un riesgo para la construcción de modelos de liderazgo igualitarios, ya que se está dando por sentado que por el hecho de tener sexo femenino y haber sido educada como mujer, un profesional debe liderar en base a unas cualidades concretas, que al fin y al cabo, responden a los estereotipos de género tradicionales.

Además, se deben destacar otros dos componentes que ayudan a configurar la imagen de las directivas: el discurso de la meritocracia y el de la autoocupación. Habíamos visto que ambas ideas resultan nocivas para la lucha feminista, ya que dejan de lado el hecho de que “es la opresión de la mujer, su aislamiento y su falta de experiencia lo que facilita que siga sumiéndose la creencia de que las mujeres no pueden cooperar” (Nicolson, 1997: 196). Es decir, se resta importancia a los obstáculos materiales y simbólicos que tienen que enfrentar las profesionales para entrar en las altas esferas de la dirección empresarial. Al fin y al cabo, esto supone negar las estructuras patriarcales que vertebran las dinámicas sociales y condicionan la existencia de los seres humanos; y por tanto, negar el principio mismo del feminismo: la cooperación para la igualdad entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la sociedad, aunque esto suponga, y lo supone, la reformulación de los sistemas económicos y democráticos en que vivimos.

En resumen, deseamos que la presente comunicación, consiga al menos, incentivar una discusión en el seno de las ciencias humanas y el feminismo, sobre la verdadera situación de las mujeres en la empresa, y especialmente, en sus posibilidades

de acceso y desempeño de cargos de liderazgo y relevancia empresarial; ya que esto nos va a permitir ser conscientes de hasta qué punto se están promoviendo discursos transformadores en cuanto a la posición de mujeres y hombres en el ámbito profesional.

Bibliografía

- Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2013). Los discursos del management. Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak*, 28, 42-69.
- Alonso, L. E. (2002). El discurso de la sociedad de la información y el declive de la reforma social. Del *management* del caos al caos del *management*. En García, J. M. y Navarro, P. (Eds.), *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y las nuevas tecnologías* (pp. 471-501). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Bennett, W.L. y Segerberg, A. (2011). Digital media and the personalization of collective action. Social technology and the organization of protests against the global economic crisis. *Information, Communication & Society*, 14(6), pp. 1-30.
- Berbel, S. (2013). *Directivas y empresarias: mujeres rompiendo el techo de cristal*. Barcelona: Aresta Mujeres.
- Braidot, N. (2011). *Neuromanagement. Cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones*. Buenos Aires: Editorial Granica.
- Caballero, J. (2012). ¿Privado? ¿Público? La (des)construcción de una dicotomía patriarcal. En Torrent, R. y Reverter S. (Eds.), *Variaciones sobre género* (pp. 67-75). Castelló de la Plana: Editorial Acen.
- Calvo, P. (2013). Fundamentos de la economía civil para el diseño de las organizaciones. *Revista Internacional de organizaciones*, 10, 65-84.
- Chu, Chin-Ning (2009). *El arte de la guerra para las mujeres*. Barcelona: Grijalbo.
- Ekobo, T. (2014, septiembre/octubre): Entrevista a Carmen Plaza. Directora del Instituto de la Mujer. *WORKing MOTHER*. Recuperado de <http://es.calameo.com/read/003753280fa8382728a3c>
- El Economista (2014, 3 de octubre). Mónica Oriol: las embarazadas son un problema para las empresas, no se las puede echar y no se esfuerzan. Recuperado de <http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/216172702/economia/noticias/6127737/10/14/Demasiada-regulacion-laboral-Monica-Oriol-senala-que-las-embarazadas-son-un-problema-para-la-empresa.html#.Kku8p2TV4T7UIst>
- El País (2014, 3 de octubre). Oriol dice que prefiere contratar a mujeres que no queden embarazadas. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2014/10/03/actualidad/1412326048_724867.html
- Europapress (2014, 3 de octubre). Mónica Oriol: sus declaraciones más polémicas. Recuperado de <http://www.europapress.es/economia/noticia-declaraciones-mas-polemicas-monica-oriol-20141003141236.html>
- Feenstra, R. A. (2012). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane*. Barcelona: Icaria Antrazyt.
- Feenstra, R. A. (2014). *Ética de la publicidad. Retos de la era digital*. Madrid: Dykinson.
- Fine, C. (2011). *Cuestión de sexos*. Barcelona: Roca Editorial.
- García-Marzá, D. (2004). *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Madrid: Editorial Trotta.

- Java, A., Finin, T. Song, X. y Tseng, B. (2007). Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. *9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis*, San José (California), 12-15 Agosto.
- Jérez, M. (2014, 14 de noviembre). El liderazgo que genera armonía. *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://mujeresycia.com/index.php?x=nota/86983/1/el-liderazgo-que-genera-armonia->
- La Vanguardia (2014, 3 de octubre). Mónica Oriol considera “un problema” contratar a embarazadas. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2014/10/03/actualidad/1412326048_724867.html
- Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid: Editorial Horas y Horas.
- Majarín, S. (2011). *100 claves para un liderazgo femenino eficiente*. Jaén: Editorial Zumaque.
- McDonald, K. (2002). From solidarity to fluidarity: Social movements beyond ‘collective identity’ – The case of globalization conflicts. *Social Movement Studies*, 1(2), 109–128.
- Mujeres&Cía (2014, 20 de octubre). Apple y Facebook financian la congelación de óvulos a sus empleadas, 20/10/2014 *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://www.mujeresycia.com/index.php?x=nota/86813/1/apple-y-facebook-financian-la-congelacion-de-ovulos-a-sus-empleadas>
- Nicolson, P. (1997). *Poder, género y organizaciones: ¿Se valora a la mujer en la empresa?* Madrid: Narcea.
- Reverter, S. (2001). Feminismo y democracia: una crítica antifundamentalista. *RECERCA Revista de pensament i anàlisi*, 1, 95-108.
- Reverter, S. (2008). Sociedad civil, ciudadanía y género. *La Aljaba Segunda Época*, 12, 33-52.
- Scaife, M. y Rogers, Y. (1996). External cognition: how do graphical representations work? *Int. J. Human-Computer Studies*, 45, 185-213.
- Segerman-Peck, L. M. (1991). *Networking and mentoring. A woman's guide*. Londres: Judy Piatkus Ltd.
- Toret, J. (Coord.) (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya e Internet Interdisciplinary Institute.
- Úbeda, M. (2014, 11 de noviembre). ¡Tú tienes el poder! ¿Qué tal lo ejerces?. *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://mujeresycia.com/index.php?x=nota/86951/1/tu-tienes-el-poder-que-tal-lo-ejerces>
- Valcàrcel, A. (1997). *La política de las mujeres*. Madrid: Cátedra.
- Vecino, S. (2014, 10 de octubre). Ser líder o ser liderado. *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://www.mujeresycia.com/index.php?x=nota/86777/1/ser-lider-o-ser-liderado>
- Vecino, S. (2014, 4 de noviembre): Haz del miedo un aliado. *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://www.mujeresycia.com/index.php?x=nota/86919/1/haz-del-miedo-un-aliado>
- Vecino, S. (2014, 8 de septiembre). No lo intentes... ¡hazlo! *Mujeres&Cía*. Recuperado de <http://www.mujeresycia.com/index.php?x=nota/84801/1/no-lo-intentes-hazlo>
- Wullich, M. (2014, 8 de octubre). Cuando el poder tiene cara de mujer, la lupa aumenta y los errores dañan. *Mujeres&Cía*. Recuperado de

<http://www.muheresyca.com/index.php?x=nota/86771/1/cuando-el-poder-tiene-cara-de-mujer-la-lupa-aumenta-y-los-errores-danan>

Recursos web y perfiles en Twitter

Instituto de la Mujer: www.inmujer.gob.es; <https://twitter.com/Inmujer>

Proyecto Promociona: <http://www.proyectopromociona.com/>

Mujeres&Cía: www.muheresyca.com; <https://twitter.com/muheresyca>

Coord. FeministaPPCC: <https://twitter.com/PPCCFeministes>

Vaga de Totes: <https://vagadetotes.wordpress.com/>

Agradecimientos

Este estudio se inscribe en el Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico P1.1B2013-24 financiado por el Plan de Promoción a la Investigación de la Universitat Jaume I.

Biografía

Maria Medina-Vicent es Investigadora Predoctoral FPI-UJI (PREDOC/2013/16) en el Departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I (Castellón), con nº ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2716-6786>. Miembro del grupo de investigación en “Filosofía política y ética empresarial”. Licenciada en Humanidades (Premio Extraordinario Final de Carrera Curso 2013/2014), así como en Publicidad y Relaciones Públicas (Premio Extraordinario Final de Carrera Curso 2011/2012) por la Universitat Jaume I de Castelló. Máster Interuniversitario en Ética y Democracia (UJI-UV). Las principales líneas de investigación se inscriben en los siguientes ámbitos de estudio: teoría política feminista, ética feminista, ética empresarial dialógica y liderazgo de mujeres en la empresa. Correos electrónicos: medinam@uji.es o m.medinavicent@gmail.com.

El movimiento de los indignados: un análisis desde la teoría performativa del lenguaje

The indignant movement: analysis from the performative theory of language

Lucía Payero López, Universidad de Oviedo

Resumen

Este artículo se propone analizar el discurso empleado por el movimiento indignado español utilizando los parámetros de la teoría performativa del lenguaje. Con ello, se intentará demostrar la influencia ejercida por dicho movimiento en la modificación del lenguaje político en España y su contribución al aumento del empoderamiento ciudadano.

Palabras clave

Empoderamiento ciudadano; indignados; movimiento 15M; participación política; teoría performativa del lenguaje.

Abstract

This paper analyses the discourse of the Spanish indignant movement by using the performative theory of language. It attempts to prove that this movement has exercised an influence on changing political language in Spain and has helped to increase citizen empowerment.

Keywords

Citizen empowerment; indignants; 15M movement; political participation; performative theory of language.

Introducción

El propósito de este artículo es examinar el lenguaje empleado por el que será denominado genéricamente “fenómeno de la indignación” en España. Con este término se hace referencia a aquellos movimientos sociales y políticos que rechazan públicamente las políticas de austeridad y recortes implementadas por el gobierno español como respuesta a la crisis económica capitalista iniciada en 2008. Entre ellos cabe citar –sin carácter exhaustivo– el movimiento 15M, la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), las mareas ciudadanas en defensa de los servicios públicos, la iniciativa Rodea el Congreso o el partido político Podemos.

Para llevar a cabo este análisis se utilizará la teoría performativa del lenguaje postulada por J. L. Austin y J. R. Searle. Ambos autores consideran que el lenguaje influye y/o contribuye decisivamente a configurar la percepción, comprensión y definición de la realidad. A los propósitos de este trabajo, resulta especialmente interesante el impacto del lenguaje en la realidad política, esto es, el significado y función política que puede adoptar el lenguaje. Por una parte, “los discursos constituyen

a los sujetos políticos y al propio campo de lo político” (Errejón, 2012: 241), mientras que, por otra, los discursos políticos se hallan indisolublemente asociados al poder representando cuotas del mismo (Concepción, 2010: 16).

Adoptando un enfoque constructivista, la política es aquí entendida “como una actividad de lucha por el sentido, de resultado contingente que (...) asume que los hechos sociales sólo se convierten en «datos políticos» cuando son enmarcados por determinados discursos o prácticas de producción de significado” (Errejón, 2011: 122). De acuerdo con Gramsci (1999), en los Estados tradicionales los grupos dominantes apoyaban su poder fundamentalmente en la coacción y la represión; en los Estados modernos, en cambio, ese poder está basado de manera prioritaria en la capacidad de estos grupos para integrar y articular la sociedad civil y sus instituciones a favor del régimen existente. En estos últimos Estados la “guerra de posiciones” es la principal forma de conflicto político, mientras que sólo se recurre a la fuerza como última *ratio*. La “guerra de posiciones” ha de ser entendida como “la disputa por la legitimidad, por la generación de relatos, instituciones y procedimientos que naturalicen la dirección de un grupo social sobre el conjunto de la sociedad” (Errejón, 2011: 126). Pues bien, el movimiento indignado se ha erigido en un nuevo actor político en esa “guerra de posiciones”. Por un lado, este debutante en la escena política ha contribuido decisivamente a la modificación del lenguaje político y, con ello, ha mudado también la percepción ciudadana de la política y del mundo. Pero, además, ese cambio lingüístico ha contribuido decisivamente a que la gente se ilusione e implique nuevamente en la política y, en consecuencia, al incremento del empoderamiento ciudadano.

Desde un punto de vista metodológico, el análisis que se llevará a cabo en este trabajo se centrará en un conjunto heterogéneo de materiales de comunicación y difusión de mensajes: comunicados, redes sociales, apariciones en medios de comunicación, lemas coreados en manifestaciones, artículos de opinión y publicaciones académicas. Esta pluralidad de fuentes resulta particularmente pertinente a la hora de estudiar un fenómeno como el de la indignación por dos razones principales. En primer lugar, porque los propios indignados emplean una variedad de medios de expresión con, en ocasiones, escasa sistematicidad. Una de sus características principales es la ausencia de líderes, esto es, una estructura horizontal que permite a cada integrante verter su opinión sin que, en principio, ningún otro miembro pueda censurarla por no adaptarse a los cánones del programa. Como bien reconocía Errejón para el 15M –aunque resulte también aplicable a otros movimientos que aquí se incluyen dentro del fenómeno de la

indignación¹–, esta articulación “hace desaconsejable la búsqueda de un discurso político cerrado y unívoco” (2011: 128). En segundo lugar, el fenómeno de la indignación es todavía demasiado reciente como para que exista un cuerpo de estudios teóricos suficientemente amplio y consolidado sobre el mismo. Más aún, se trata de un movimiento social vivo, *in progress*, por lo que ningún trabajo académico por más actual que sea podrá abordar sus últimas manifestaciones. Por ello, la combinación flexible de todas las fuentes de información disponibles se presenta como la opción metodológica más adecuada para su estudio.

1. La teoría performativa del lenguaje

La teoría performativa del lenguaje afirma que éste ejerce un influjo decisivo en la conformación y comprensión de la realidad. Por motivos de espacio, en las páginas que siguen únicamente se expondrán dos ideas clave que guardan una relevancia esencial con el tema que nos ocupa: el concepto de *enunciado performativo*, de J. L. Austin, y el de *hechos institucionales*, de J. R. Searle.

Los *enunciados performativos* se caracterizan por dos notas principales. En primer lugar, no describen nada, por lo que no puede decirse que sean falsos o verdaderos. Aún así, eso no excluye que puedan ser sometidos a crítica. En segundo lugar, el acto de expresar la oración equivale a –o forma parte de– la realización de una acción. Sin embargo, esta acción no se concibe normalmente como el mero decir algo. Entre otros ejemplos de enunciados performativos, J. L. Austin propone la prestación del consentimiento para contraer matrimonio durante la ceremonia nupcial (1975).

De este modo, es posible construir realidades performativas o simbólicas, ficciones, cuya existencia no puede separarse del discurso que las crea. Importa advertir que *imaginado* o *ficticio* no equivale a *falso* o *engañoso*: el lenguaje metafórico de la ficción “no pretende engañar a nadie” ni “falsear hechos naturales” (Martínez García, 1992: 106), sino más bien construir una realidad diferente y dotada de caracteres específicos. La Política y el Derecho son disciplinas particularmente proclives a adoptar el punto de vista de la ficción para proceder a su análisis teórico. Ambas se hallan plagadas de instituciones, que “son el reino de la ficción” por constituir “lugares de producción de verdades institucionales” (1992: 108).

¹ Evidentemente, esto requiere de algún matiz: Podemos es un partido político y, aunque no responde a los modelos clásicos de este tipo de formaciones, presenta una estructura más jerarquizada que los movimientos sociales y las plataformas ciudadanas.

En este punto entra en juego el concepto de *hechos institucionales*, que Searle distingue de los *hechos brutos*. Estos últimos resultan objetivos, es decir, independientes de las preferencias, valoraciones o actitudes morales de las personas y conocidos a través de la “observación empírica que registra experiencias sensoriales” (1969: 50). Los hechos brutos no requieren de ninguna institución para existir, aunque sí para poder ser enunciados: se precisa en este caso de la institución del lenguaje. En cambio, los *hechos institucionales* “dependen del acuerdo humano” (1995: 2), lo cual no impide que sean hechos objetivos. Los hechos institucionales existen sólo porque así lo creemos y su existencia requiere de instituciones humanas: para que este pedazo de papel sea un billete de cinco dólares, por ejemplo, se necesita la institución humana del dinero. “Déjese de lado la institución y todo lo que tendré será un trozo de papel con varias inscripciones color sepia” (1969: 51).

Las instituciones son “sistemas de reglas constitutivas” (1969: 51), es decir, reglas que “no sólo regulan, sino que crean la posibilidad misma de ciertas actividades” (1995: 27) y “definen nuevas formas de conducta” (1969: 33). Por tanto, la existencia de la actividad regulada por este tipo de reglas es lógicamente dependiente de las mismas. El ejemplo que Searle utiliza es el del juego del ajedrez.

Dentro de las instituciones, el lenguaje ocupa un lugar especial porque, por un lado, resulta esencial para construir la realidad institucional, ya que las palabras y otros símbolos son parcialmente constitutivos de los hechos sociales. Pero, a la vez, el lenguaje es en sí mismo una institución, la institución social básica que precede lógicamente a todas las demás.

2. El lenguaje de la indignación

El movimiento indignado ha irrumpido para cambiar el lenguaje político en España. Esta modificación se ha producido en dos direcciones principales. En primer lugar, ha conseguido dotar de un nuevo significado a determinados vocablos, de manera que palabras que antes se hallaban connotadas negativamente han pasado a verse de forma positiva, y viceversa. En segundo lugar, el 15M ha alumbrado nuevos términos o ha dotado de un renovado significado político a otros ya existentes. Veamos brevemente el alcance de estos cambios.

2.1 Reformulación de conceptos

2.1.1 En clave positiva

El primer término que cambia su connotación tradicionalmente negativa por otra de signo opuesto es el que da nombre al movimiento: *indignación*. El diccionario de la Real Academia (DRAE) ofrece la siguiente acepción: “enojo, ira, enfado vehemente contra una persona o contra sus actos”. Evidentemente, uno puede enojarse por múltiples motivos, algunos legítimos y otros no tanto, pero en principio parece preferible el estado de ánimo opuesto: la cordialidad, el agrado, la calma, la complacencia. No obstante, tras la publicación del libro de Hessel *¡Indignaos!* el término se erigió en sinónimo de dignidad, en bandera de la decencia y el compromiso político y social. No en vano el subtítulo del panfleto rezaba: *Un alegato contra la indiferencia y a favor de la insurrección pacífica*. La indignación se convierte así en el antónimo de la pasividad y la resignación.

Bajo esta nueva acepción, *indignación* no alude únicamente a un enfado individual, sino que el concepto se dota de una dimensión colectiva y transformadora. Se trata de una auténtica “pasión constituyente” que se opone directamente a la atomización impuesta y patrocinada por el neoliberalismo (Brown, 2011).

El término *indignado* ha servido para que los afectados por la crisis comiencen a sentirse y verse a sí mismos como sujeto colectivo, algo que por diferentes motivos no se daba antes de 2011. La palabra *indignación* ha contribuido decisivamente a que los ciudadanos tomen conciencia de su capacidad de acción social y política transformadora, lo cual vincula indignación y empoderamiento.

Un segundo término que también ha sufrido una modificación semántica en clave positiva es *ocupación*. Escrito con k, el vocablo remitía tradicionalmente al movimiento okupa. De acuerdo con el DRAE, *okupar* consiste en “tomar una vivienda o un local deshabitados e instalarse en ellos sin consentimiento de su propietario”. Al no hacer mención alguna a los motivos políticos que conducen a proceder de ese modo denunciar la falta de efectividad del derecho a la vivienda y en el marco de un sistema económico donde el derecho de propiedad ostenta una relevancia fundamental, se puede entender fácilmente la connotación negativa que acompañaba a este término.

Ahora bien, en el contexto de las luchas frente a la política de recortes impuesta tras la crisis de 2008 la ocupación muda su significado anterior hasta el punto de convertirse en la idea que vertebra el movimiento en algunos países, como Estados Unidos (*Occupy Wall Street*). En España, la ocupación ostentará un lugar central en las

protestas, aunque no haya cuajado como etiqueta definitoria. El 15M comienza con una ocupación, la de la Puerta del Sol madrileña, y poco a poco otras plazas serán tomadas en el resto del Estado.

Ocupar los espacios públicos o recuperar espacios privados para el beneficio de los ciudadanos resulta una herramienta clave para lograr el empoderamiento popular. Así lo han entendido los gobiernos, que no han dudado en emplear el uso *legítimo* de la fuerza para intentar arrebatar nuevamente esos lugares a los ciudadanos, lo que pone de manifiesto la enorme importancia que presenta su dominio para la “simbología del poder” (Vizcaíno Pina, 2013: 58).

Un tercer término es el de *antisistema*. El DRAE define antisistema como lo que es “contrario al sistema social o político establecidos”. Por tanto, antisistema son aquellos movimientos que se propongan cambiar el *statu quo*. La calificación positiva o negativa que se les otorgue dependerá de la valoración que merezca el propio sistema. Ahora bien, lo establecido goza de una presunción de legitimidad e, incluso, de racionalidad y moralidad precisamente por haber triunfado sobre otras opciones alternativas. Dicha presunción es del tipo *iuris tantum*, pero su destrucción requiere aportar fuertes razones. Entre otras cosas, es necesario enfrentarse a la inercia de los hechos y a la maquinaria de legitimación ideológica del propio sistema que convierte a los ciudadanos en creyentes.

Un buen ejemplo nos lo brinda el sistema económico capitalista. Tras la caída del bloque soviético triunfaron tesis como la del “fin de la historia” que convirtieron en el sentido común de la época lo que antes no era sino una ideología económica más, incluso minoritaria: el neoliberalismo. Ahora bien, la crisis económica actual ha puesto de relieve que “ninguna de las propuestas sociales del neoliberalismo se ha cumplido” (Roitman, 2012: 33). El Estado de bienestar está siendo desmantelado y el deterioro de las condiciones de vida de la mayoría de la población crece.

El movimiento indignado ha sabido convertir en palabras un sentimiento ampliamente compartido anteriormente, pero carente de expresión por falta de referentes ideológicos sólidos en el imaginario colectivo común: el fracaso del sistema capitalista. El lema “no somos antisistema, el sistema es anti-nosotros” lo expresa de manera magnífica.

2.1.2 *En clave negativa*

Entre los términos cuya connotación ha pasado de ser positiva a adquirir un matiz negativo, se halla *apolítico*. En sentido contrario, el vocablo *política* ha mudado su significado tradicionalmente negativo por uno positivo. Diversos factores, entre los que destaca la mercantilización de la política y la desactivación de los partidos y sindicatos de izquierda, condujeron a que a partir del último tercio del siglo XX “el idiota social se consolida[ra] como una opción de vida” (Roitman, 2012: 75). Involucrarse en asuntos políticos era visto como algo, en el mejor de los casos, inútil y, en el peor, sucio y corrupto.

El movimiento indignado ha logrado romper esa tendencia. Primero rechazando los partidos tradicionales y luego con la creación de un partido, Podemos, cuyo funcionamiento interno difiere del de los partidos al uso, el movimiento ha conseguido ofrecer una imagen alternativa de la política: política no es sólo ni principalmente lo que se realiza en el Parlamento, sino la paralización de un desahucio, la participación en un *escrache* o en una manifestación, la ocupación de una plaza. Pero más importante aún, ha logrado que cale el mensaje de que el problema central reside en la dejación de funciones políticas por parte de los ciudadanos: si la política se delega en otros, serán ellos los que decidan de acuerdo a sus intereses. La recuperación de la dignidad de la política y el aumento de la participación ciudadana son instrumentos que, lógicamente, conducen a un mayor empoderamiento popular.

Un segundo término que también ha mudado su significado positivo a otro negativo es *crecimiento económico* –aunque aquí la transformación no haya sido tan profunda–. Se trata de la idea clave del sistema capitalista, sobre la que descansa todo el edificio del mercado. El crecimiento constante y creciente conduce al deterioro medioambiental y el agotamiento de los recursos. Es por ello que en los últimos años han surgido propuestas que abogan por el decrecimiento, al entender que “la crisis ecológica global (...) forma parte intrínseca de la crisis sistémica del capitalismo” (Antentas y Vivas, 2012: 151).

Una de las reivindicaciones del movimiento indignado alude al problema ecológico, aunque no ocupe un lugar tan prioritario como otros temas. En este sentido, en España se podría tomar como referencia la agenda de muchos movimientos sociales de los países del Sur, donde han comprendido que anticapitalismo y ecologismo han de ir unidos. Así, la evolución semántica del término crecimiento debería continuar hasta adoptar una connotación todavía más negativa.

2.2 Alumbramiento de nuevos términos

La primera palabra que será analizada es *dación en pago*. La PAH ha sido la encargada principal de popularizar este término, que alude a una forma de resolución de un contrato hipotecario consistente en entregar el piso al banco para, así, saldar la deuda. En 2011 la PAH y otras entidades sociales y sindicales promovieron una iniciativa legislativa popular (ILP) para garantizar el derecho a la vivienda en la que, entre otros extremos, se proponía regular la dación en pago con efectos retroactivos para los lanzamientos hipotecarios de vivienda habitual. La ILP fue admitida a trámite en el Congreso en 2013, pero dos meses después el Partido Popular (PP) anunció la fusión de la misma con su proposición de ley sobre desahucios, que no contempla la dación en pago. De este modo, la ILP quedó desactivada de facto.

A pesar de este varapalo, mediante la introducción de la dación en pago en el léxico político español, la PAH ha conseguido poner de manifiesto que lo que hay no es lo único posible, que la legislación hipotecaria española es abusiva –como se encargó de confirmar el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH)– y que es necesaria su modificación para igualarla al menos a la de otros Estados igualmente capitalistas.

En estrecha conexión con la dación en pago se halla el segundo término novedoso que se pretende analizar: *escrache*. El escrache es una forma de protesta utilizada en Argentina en el contexto de la lucha por la justicia de transición y que la PAH introdujo en España para evitar los desahucios. Consiste en poner en evidencia a alguien acudiendo a su casa para señalarlo por sus crímenes o faltas graves, contando a sus vecinos y a la gente de su entorno lo que ha hecho, repartiendo panfletos informativos, haciendo pintadas o caceroladas, entre otros. El objetivo es crear entre la opinión pública un clima favorable para que una medida determinada se apruebe, termine la impunidad de los responsables de vulneraciones graves de derechos humanos durante una dictadura y se paralíen los desahucios.

Con la introducción de los escraches, la PAH ha innovado el repertorio de métodos de protesta pacífica empleados por los movimientos sociales en España. El PP –secundado por algún otro partido– trató de criminalizar esta acción desde un principio, incluso equiparándola al terrorismo. No obstante, varios jueces han declarado que el escrache, lejos de constituir un delito, forma parte del contenido esencial del derecho a la libertad de expresión. El escrache ha permitido horadar siquiera la impunidad que rodea a los políticos de la casta, corruptos, insensibles ante la miseria de los ciudadanos, peones serviles a los intereses de los mercados.

La palabra *casta* ha sido popularizada recientemente por Podemos. *Casta* designa a los políticos del régimen, del *establishment*, una elite que vive muy alejada de los ciudadanos, disfrutando de privilegios que la mayoría no tiene, y que ha secuestrado el poder en beneficio de los poderes económico-financieros. Es, de acuerdo con el DRAE, “un grupo que forma una clase especial y tiende a permanecer separado de los demás” por su poder e influencias. Frente a la casta se halla la gente, la mayoría social, y el objetivo que plantea Podemos es enfrentarse a la primera para derrotarla. Pese a las reminiscencias que pudiera plantear con la lucha de clases, asistimos en este caso a un conflicto interclasista, más transversal: de un lado, el 99% que clamaba el 15M y, de otro, el 1% que acumula la mayor parte de la riqueza.

Al margen de que se comparta o no el acierto de emplear el término *casta* para designar al “enemigo” político a combatir –en lugar de hablar de clases, por ejemplo–, importa señalar un mérito que ha tenido el vocablo: poner de relieve los privilegios de quienes ostentan cargos públicos.

Finalmente, otro término novedoso aparecido a raíz del surgimiento del movimiento indignado es el de *mayoría silenciosa*. En este caso, y a diferencia del resto, el vocablo no fue acuñado por los indignados, sino por el PP. Ante la iniciativa Rodea el Congreso (25 septiembre 2012), el gobierno recurrió a la apología de la ausencia de participación política y del desafecho ciudadano hacia los asuntos públicos, un verdadero alegato antidemocrático.

El movimiento de los indignados, a través de sus acciones “ruidosas”, ha conseguido granjearse el apoyo de una mayoría social. Pese al poder de convicción del que goza el gobierno gracias a su dominio de los principales medios de comunicación y de los resortes jurídicos y represivos del aparato estatal su discurso en este punto no ha conseguido calar profundamente en la sociedad española. La degradación de las condiciones de vida de muchísimos ciudadanos va en aumento y ello resulta un terreno abonado a la protesta y la lucha social: quien no tiene nada (o cada vez menos) que perder, es más susceptible de propiciar el cambio y asumir riesgos. Pero, a la vez, otro factor resulta decisivo en este fracaso del discurso apologético de la pasividad ciudadana: la sospecha –o convicción, según los casos– de que sí se puede, de que la acción colectiva conduce a resultados positivos, de que es necesario recuperar la política por y para los ciudadanos. Y eso en gran medida es un mérito del movimiento indignado.

Conclusiones

El análisis del discurso empleado por el movimiento indignado en España revela la fuerte influencia que ha tenido en la modificación del lenguaje político en este país, en su contribución decisiva para la aparición de nuevos términos y en la variación del significado que tradicionalmente se atribuyó a otros. Pero no sólo eso. Debido al papel central que desempeña el lenguaje en la conformación y comprensión de la realidad (teoría performativa del lenguaje), es posible afirmar que el fenómeno de la indignación ha desempeñado un papel importante en el aumento del empoderamiento ciudadano mediante la creación de un nosotros ampliamente inclusivo y el suministro de una visión alternativa de la política y de los medios de lucha. Ese sujeto colectivo recién aparecido ha vuelto a creer en la necesidad de participar en los asuntos públicos.

Bibliografía

- Antentas, J. M. y Vivas, E. (2012). *Planeta indignado. Ocupando el futuro*. Madrid: Sequitur.
- Austin, J. L. (1975). *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.
- Brown, J. (2011). Indignación y dignidad. *Rebelión*, 16 mayo.
- Concepción, L. E. (2010). El análisis del discurso y su relevancia en la teoría y en la práctica de la política. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 5, 15-32.
- Errejón, I. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2, 120-145.
- Errejón, I. (2012). *La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del MAS en Bolivia (2006-2009): un análisis discursivo*. Tesis doctoral: Universidad Complutense de Madrid.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel*. México: Ediciones Era.
- Martínez García, J. I. (1992). *La imaginación jurídica*. Madrid: Debate.
- Roitman, M. (2012). *Los indignados. El rescate de la política*. Madrid: Akal.
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1995). *The Construction of Social Reality*. London: Penguin Books.
- Vizcaíno Pina, P. A. (2013). La recuperación de espacios públicos como símbolo de poder. El caso del Movimiento 15M. En Fabre Platas, D.A. y Egea Jiménez, C. (coords.), *La Indignación. Un desencanto en lo privado y un descontento en lo público*, (pp. 43-61). Granada: Universidad de Granada.

Agradecimientos

Este artículo fue redactado durante una estancia de investigación en la Facultad de Derecho de Durham (Durham Law School) financiada con cargo al proyecto otorgado por el Consejo Europeo de Investigación (European Research Council) dentro del 7º Programa Marco de la Unión Europea (FP/2007-2013) - ERC Grant Agreement nº 312304. Agradezco tanto a la Facultad de Derecho de Durham como a la Biblioteca Bill Bryson la ayuda brindada. Igualmente, quiero expresar mi agradecimiento a Xacobe Bastida Freixedo, de la Universidad de Oviedo, que leyó una versión preliminar de este

trabajo y me hizo interesantes observaciones y comentarios muy útiles a la hora de mejorar el resultado final.

Biografía

Lucía Payero López es doctora en Derecho por la Universidad de Oviedo. Realizó su tesis doctoral sobre el derecho de autodeterminación de los pueblos y la Constitución española de 1978. Entre sus líneas de investigación se encuentran la Filosofía del Derecho, la Teoría Política, la Sociología del Derecho y la Teoría Constitucional. Ha publicado artículos y presentado comunicaciones a congresos sobre autodeterminación nacional, descentralización política en España y el Reino Unido, federalismo, nacionalismo, justicia de transición en España y Argentina, inmigración, ciudadanía y cine y Derecho. Correo electrónico: lucpayero@gmail.com.

Entropía Comunicativa: Teoría del Caos como modelo explicativo para la difusión de los mensajes del 15M en la red

Communicative Entropy: Chaos Theory as an explanatory model for the spread of the 15M messages online

José Manuel Martín Corvillo, Universitat de València UVEG

Resumen

Al igual que en el mayo del 68 francés, la proliferación de carteles de potente impacto visual en el movimiento 15M supuso el principal reclamo comunicativo para sintetizar el ideario de las protestas y generar a su vez dinámicas de adhesión.

Entre los meses de mayo y junio de 2011, se recopiló un conjunto de 620 lemas del movimiento 15M en las ciudades de Valencia y Madrid para su estudio en el seno de una tesis doctoral. El objetivo de la misma fue triple. En primer lugar, su caracterización conjunta de acuerdo a diversas categorías: fonética, morfosintáctica, semántica, léxica y retórica. En segundo lugar, la determinación de los factores diferenciales que condicionaron la difusión de los mensajes de las plazas a las redes. Y en tercer lugar, el análisis en un lapso específico de tiempo –un año– de los modelos de distribución, conservación y redistribución de los citados lemas en la red.

El modelo al que finalmente se ajustaron las gráficas descriptivas de la citada difusión de los 620 lemas del corpus original se correspondieron con las clásicas representaciones visuales de las ecuaciones de Navier-Stokes, cuyos sistemas de cálculo se emplean en el análisis de sistemas complejos y que explican los patrones de conservación y dispersión de energía. Un hecho que da respuesta no solo a la desaparición y posterior resurgimiento de lemas aparentemente olvidados en la red, sino que además puede ser tomado como explicación plausible a la asimilación de la información expuesta por los manifestantes del movimiento 15M y la conversión de determinados slogans –“No nos representan”, “No hay pan para tanto chorizo”– en paremias o proverbios que tres años después ya forman parte del acervo popular.

Además, este citado sistema de distribución en la red parece determinado por tres condicionantes: la constricción estructural y por tanto adecuación ad hoc a la potencial limitación del espacio virtual, la maximización del principio de Relevancia postulado por Sperber y Wilson y el empleo de formas parasitarias como reductores del esfuerzo cognitivo-inferencial del receptor.

Palabras clave

15M; twitter; teoría del caos; entropía; lógica de sistemas.

Abstract

As in the French May 68, the proliferation of placards of powerful visual impact in the movement 15M meant the main communicative claim to synthesize the ideology of the protests and to generate dynamics of adhesion.

Between May and June 2011, a set of 620 mottoes of the movement 15M were collected in the cities of Valencia and Madrid for their study in the bosom of a doctoral thesis. The aim of this one was triple. First, their combined characterization according to diverse categories: phonetical, morphosyntactical, semantical, lexical and rhetorical. Secondly, the determination of the differential factors that determined the spread of the messages from the squares to the networks. And thirdly, the analysis in a specific space of time –one year– of their distribution models, conservation and redistribution of the mentioned mottoes in the network.

Finally, the descriptive graphs of the mentioned diffusion of 620 mottoes of the original corpus corresponded with the classic visual representations of Navier-Stokes's equations, whose systems of calculation use in the analysis of complex systems and explain the patterns of conservation and dispersion of energy. A fact that gives response not only to the disappearance and later reappearance of mottoes apparently forgotten in the network, but that in addition can be taken as a plausible explanation to the assimilation of the information exposed by the 15M Movement demonstrators and also the conversion of certain slogans –“They do not represent us”, “There is no bread for so much sausage”– in paremias or proverbs that, three years later, already they form a part of the cultural heritage.

In addition, this mentioned system of distribution via networks seems to be determined by three factors: the structural constriction and therefore ad hoc adequacy to the potential limitation of the virtual space, the maximization of Sperber and Wilson's Relevance and the use of parasitic or intertextual forms as cognitive savers for the receiver.

Keywords

15M; twitter; chaos theory; entropy; system logics.

Biografía

José Manuel Martín Corvillo tiene 32 años y es licenciado en Filología Inglesa, posee un Master en Investigación de Lenguas y Literaturas y es Doctor en Teoría de los Lenguajes por la Universitat de Valencia (UVEG). Su tesis doctoral, defendida en 2013 y calificada *cum laude*, se titula “15M: Análisis de la Entropía Comunicativa” y versa acerca de los lemas empleados por el movimiento 15M durante su primer mes de vida y su transmisión a través de la red social Twitter, estableciendo un símil explicativo a través de la lógica de sistemas complejos y la Teoría del Caos. Está a punto de publicar su primer libro “Cronología de la Neolengua”, ensayo sobre el empleo de los eufemismos, tecnicismos y neologismos para la imposición de marcos cognitivos por parte de los gobiernos de España desde el estallido de la crisis hasta 2013, un libro que será publicado por el Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I de Castelló. En la actualidad, se encuentra realizando investigaciones acerca del lenguaje persuasivo, los movimientos sociales y el empleo de las redes virtuales con fines de transformación social. También compone un ensayo extenso acerca del fenómeno definido en su tesis como Entropía Comunicativa. Correo electrónico: jmmartincorvillo@gmail.com

La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter

The new identitary narrative of populism: A discourse analysis of Pablo Iglesias (Podemos) on Twitter

Enrique Arroyas Langa, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)

Pedro Luis Pérez Díaz, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)

Resumen

El término “populista”, que ha sido utilizado para identificar de forma peyorativa determinadas prácticas demagógicas tanto de la izquierda como de la derecha, ha cobrado protagonismo en los últimos tiempos en un contexto de crisis de representación de las democracias, desafección política de la ciudadanía y pérdida de confianza en las instituciones.

No obstante, también se ha abordado este fenómeno político sin connotaciones negativas, de forma que pueda estudiarse el populismo como un discurso político presente en cualquier democracia. Siguiendo este enfoque teórico, en el análisis que aquí se presenta no se aborda el populismo como una doctrina sino como un estilo discursivo que se basa en el enfrentamiento entre el pueblo y el poder (Laclau, 2005), la construcción de un líder fuerte y la crítica hacia las estructuras tradicionales de la política.

El éxito electoral y comunicativo de la formación Podemos tras las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 lo convierte en un ejemplo significativo de nuevas formas de hacer política que aprovecha las redes sociales de Internet para construir relaciones con la sociedad civil y difundir sus mensajes. Bajo este pretexto, la presente investigación analiza los elementos populistas de la estrategia discursiva en Twitter del líder de Podemos, Pablo Iglesias Turrión (@Pablo_Iglesias_), durante la campaña de las mencionadas elecciones europeas. Para ello, a partir del trabajo de Charaudeau (2009), se realiza un análisis de contenido de los 249 tuits que conformaron su discurso en este periodo, con el objetivo de revelar si se ajusta a los parámetros del estilo populista.

En los resultados se han apreciado similitudes con las estrategias discursivas del populismo: una narrativa cuyo motor es la confrontación entre el ellos y el nosotros, la identificación abstracta y sin matices del adversario y la exaltación de un ideal de comportamiento honesto frente a la corrupción. No obstante, el estilo populista de Podemos aparece matizado por la presentación de un líder cuyos atributos refuerzan su conexión con la ciudadanía más que su carisma individual.

Palabras clave

Populismo; discurso; comunicación política; twitter; Podemos.

Abstract

The term “populist”, which has been used pejoratively to identify certain demagogic practices from both the left and the right, has gained prominence in recent years amid a global economic crisis that has deepened the crisis of representative democracies, political disaffection and loss of confidence in institutions.

However, this political phenomenon has also been addressed without negative connotations, so that populism can be studied as a political discourse present in any democracy since the late twentieth century. Following this theoretical approach, the analysis presented here populism isn't treated as a doctrine but as a discursive style

that is based on the confrontation between the people and power (Laclau, 2005), building a strong leader and criticism of the traditional structures of politics.

The electoral and communicative success of Podemos after the European Parliament election of 2014 in Spain turned it a significant example of these new ways of doing politics that leverages social networking websites to build relationships with civil society and spread their messages. Under this pretext, this research analyzes the populist elements in the discursive strategy of Podemos leader, Pablo Iglesias Turrión (@Pablo_Iglesias_), during the campaign of the aforementioned European elections. To accomplish this, from the work of Charaudeau (2009), we make a content analysis of 249 tweets that shaped his speech in this period, with the aim of revealing whether it adapts to the parameters of populist style.

The results show similarities to the discursive strategies of populism: a narrative whose engine is confrontation between them and us, the abstract and blurry identification of the adversary and the exaltation of an ideal of honest behavior against corruption. However, the populist style of Podemos appears tinged with the presentation of a leader whose attributes reinforce their connection with citizenship rather than their individual charisma.

Keywords

Populism; discourse; political communication; Twitter; Podemos.

Biografía

Enrique Arroyas Langa es Doctor en Comunicación por la Universidad Católica San Antonio de Murcia y Licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra. Sus ámbitos de interés investigador se centran en los géneros periodísticos y la comunicación política desde la perspectiva de la mediación del periodismo. Desde la realización de su tesis doctoral, titulada ‘El periodismo como foro de debate. Fundamentos teóricos para una redefinición del papel del periodismo en el espacio público’, ha encauzado sus investigaciones hacia la teoría de periodismo y la comunicación política, con artículos publicados en revistas científicas como Estudios del Mensaje Periodístico o Historia y Comunicación Social. Asimismo, ha publicado capítulos en algunos libros de Periodística que sirven como manuales en las universidades españolas, como el volumen ‘Redacción para periodistas’. Desde el año 2003 es profesor de la Facultad de Comunicación de la UCAM, donde imparte las asignaturas de Redacción y Periodismo de Opinión. Anteriormente desarrolló su actividad profesional como periodista en el diario *La Opinión* durante trece años. Correo electrónico: earroyas@ucam.edu

Pedro Luis Pérez Díaz es Licenciado en Periodismo y posee el Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación por la Universidad Católica San Antonio de Murcia. Sus ámbitos de interés principales se centran en las fórmulas participativas de periodismo digital, la comunicación política y los movimientos y tendencias de profesionalismo periodístico, sobre los que ha publicado en revistas científicas como Estudios del Mensaje Periodístico, Historia y Comunicación Social o en editoriales como McGraw-Hill. Tras la obtención de una beca predoctoral de la Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia, ha desarrollado su actividad docente e investigadora en distintos centros universitarios nacionales e internacionales como la Universidad de Stanford (EE.UU.) y la Universidad de Florida (EE.UU.). Actualmente, es doctorando y profesor en la Universidad Católica San Antonio de

Murcia en las titulaciones de Comunicación y Turismo. Correo electrónico:
plperez@ucam.edu

Counter-framing nonviolent coercion: The case of the *escraches* by the PAH in the press

El contraenmarcado de la coerción no violenta: El caso de los escraches de la PAH en la prensa

Amador Iranzo, Universitat Jaume I
Salvador Seguí Cosme, Universitat Jaume I

Abstract

This paper explores the efficacy of counter-framing processes vis-à-vis nonviolence meanings constructed by protest movements. We empirically analyse the case of the successful counter-framing that the Mortgages Victims' Platform (PAH, *Plataforma de Afectados por la Hipoteca*) suffered in Spain in 2013 as a response to its campaign of personalized *escraches* against some notorious governmental opponents. Our case study suggests that meanings associated to so-called "nonviolent coercion" tactics, such as *escraches*, are highly vulnerable to counter-framing.

The most instrumentalist currents within nonviolence studies, following the seminal work of Sharp (1973), have intended to accommodate "nonviolent coercion" as a legitimate and efficacious means of protest. Such stance is built on a minimalist notion of nonviolence, which does not exclude psychological coercion and its personalization. However, insofar as, according to such currents, nonviolence meanings contribute to the success of protest mainly through the conversion of public opinion, the relevant notion of nonviolence is not the one prevailing into the academic and activist literatures, but the one predominating in a given political culture.

There are good reasons to believe that the Spanish public opinion has consistently maintained rather strict attitudes of nonviolence across the ideological and partisan spectrum since the transition to democracy in the late 1970s, in accordance with the long-lasting hegemonic narratives concerning recent history and Basque terrorism. This, in principle, facilitated the efficacy of nonviolence meanings articulated by protesters. Altogether, it is in the key conflictive protest episodes, such as *escraches*, when the credibility of such meanings is really at stake in the public sphere.

Our specific object of analysis is the counter-framing surrounding the *escrache* to the member of parliament (MP) and deputy secretary of the currently ruling People's Party (PP) Esteban González Pons (03/20/2013). Through content analysis of a selection of pieces of information extracted from the most important Spanish newspaper, *El País*, we examine the extent to which counter-framing successfully challenged one of the main dimensions that, according to the literature, confers credibility to frames and packages of meanings tied to frames: consistency, understood as congruency between constructed meanings and tactical actions.

Keywords

Counter-framing; nonviolence; protest movements; Spain; PAH.

Resumen

Este trabajo explora la eficacia de los procesos de contraenmarcado atinentes a los significados de noviolencia construidos por los movimientos de protesta. Analizamos empíricamente el caso del exitoso contraenmarcado que la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) sufrió en España en 2013, como respuesta a su campaña de escraches personalizados contra algunos notorios oponentes gubernamentales. Nuestro estudio de caso sugiere que los significados asociados a las

denominadas tácticas de “coerción no violenta”, como los escraches, son muy vulnerables al contraenmarcado.

Las corrientes más instrumentalistas dentro de los estudios de no violencia, siguiendo el trabajo seminal de Sharp (1973), han tratado de acomodar la “coerción no violenta” como un medio legítimo y eficaz de protesta. Tal postura está construida sobre una noción minimalista de no violencia, que no excluye la coerción psicológica y su personalización. Sin embargo, en la medida en que, según tales corrientes, los significados de no violencia contribuyen al éxito de la protesta principalmente a través de la conversión de la opinión pública, la noción relevante de no violencia no es la prevalente en las literaturas académica y activista, sino la predominante en una determinada cultura política.

Hay buenas razones para creer que la opinión pública española ha mantenido actitudes más bien estrictas de no violencia a través del espectro ideológico y partidista desde la transición a la democracia a finales de 1970, en concordancia con las longevas narrativas hegemónicas referentes a la historia reciente y el terrorismo vasco. Esto, en principio, facilitaba la eficacia de los significados de no violencia articulados por los movimientos de protesta. Pero es en los episodios conflictivos clave de protesta, como los escraches, cuando la credibilidad de dichos significados se pone realmente en juego en la esfera pública.

Nuestro objeto específico de análisis es el contraenmarcado en torno al escrache al diputado y vicesecretario del gubernamental Partido Popular Esteban González Pons (20/03/2013). A través del análisis de contenido de una selección de piezas de información extraídas del diario español más relevante, El País, examinamos la medida en que dicho contraenmarcado tuvo éxito a la hora de comprometer una de las principales dimensiones que, según la literatura, confiere credibilidad a los marcos y paquetes de significados vinculados a los marcos: la consistencia, entendida como congruencia entre significados contruidos y acciones tácticas.

Palabras clave

Contraenmarcado; no violencia; movimientos de protesta; España; PAH.

Introduction

The aim of this paper is to emphasise the problematic communicative nature of “nonviolent coercion” tactics eventually employed by protest movements. In opposition to authors such as Samad (2008), who, following the seminal work of Sharp (1973), have attempted to conceptually accommodate “coercive nonviolence” tactics as a valid and efficacious catalogue of nonviolent actions, we tend to believe that the meanings associated to such catalogue are highly vulnerable to potential counter-framing. When counter-framing occurs, the communicative efficacy and, ultimately, the credibility of a given social movement organization (SMO) is highly at stake, especially when it has publicly been committed to nonviolence. We shall support our stance with the case study of the successful counter-framing that the Mortgages Victims’ Platform (PAH, *Plataforma de Afectados por la Hipoteca*) suffered in Spain in 2013, as a response to its campaign of personalized *escraches* against some notorious governmental opponents.

1. Nonviolent coercion and public opinion: the Spanish case

Nonviolence meanings hold a prominent place into the repertoire of symbolic artefacts strategically articulated and communicated by protest movements. Although nonviolence meanings do not strictly constitute frames, but, rather, packages of meaning usually tied to frames (of justice, rights, etc.), it nonetheless makes sense to speak of the counter-framing of such packages. The conceptual apparatus devised in the academic literature to analyse framing and counter-framing dynamics actually includes certain key elements which can significantly be used for our own purposes: namely, the analysis of the terrain in which confronted packages of meaning referring to “coercive nonviolence” tactics are put forward. The most relevant of such elements is consistency, “in terms of perceived contradictions between framings and tactical actions (as between what the SMO says and what it does)” (Benford and Snow, 2000: 620). Consistency is a basic component of the credibility of a given SMO and, hence, of the potential resonance of its claims (2000: 619-620).

In advanced democracies, meanings of violence are not prone to resonate amongst the central and usually tempered layers of public opinion. Coercive nonviolent tactics might easily be countered with meanings of radicalism, violence and criminalization by opponents who hold a considerable amount of power and communicational resources. Therefore, it is crucial for SMO’s central actors – when attempting to legitimize a given “coercive nonviolent” tactic – to properly interpret what kind of notion of nonviolence preponderates amongst their targets, irrespective of the notions of nonviolence prevailing in the academic and activist literatures. If the target is public opinion as a whole, the notion of nonviolence, which ought to be deciphered, is the one predominating in the extant stock of meanings of a given political culture.

The academic and activist literatures on nonviolent protest actually revolve around the definition of nonviolence. Whether nonviolence is seen as a moral issue or as a purely strategic question, the key point is the demarcation of the limits of nonviolent action, and, at this respect, two particularly sensitive elements can be identified: psychological or spiritual coercion and its personalization.

In his monumental *The politics of nonviolent action* (1973), recently summarized under the title *How nonviolent struggle works* (2013), Sharp, within his own effort of demarcation of nonviolence, extensively developed the borderline concept of “nonviolent coercion”. The first thing that attract our attention in Sharp’s works is his

recurrent use of warlike terminology. For example, when listing the keys of success of nonviolent action, Sharp recommends a “careful choice of *weapons* [our emphasis]” (2013: xx). As a matter of fact, in order to justify the interest of his work, further on he clearly states that, whereas “[t]he principles of strategy and tactics of war have been carefully developed and studied [...], in the field of nonviolent action, no comparable development has yet occurred” (2013: 63). Sharp indeed holds a purely instrumental stance on nonviolent protest. In his view, nonviolence, the same as violence, is only a technique aimed at counterbalancing the power of usually privileged opponents. The purported superiority of nonviolence is predicated exclusively on the grounds of its comparative efficacy. Moral considerations, apart from the underlying utilitarian ethics, are explicitly put aside: “Nonviolent discipline [...] is not an alien emphasis introduced by moralists or pacifists” (2013: 101). On the contrary, it “is rooted in the dynamics of the techniques of nonviolent action” (101), and one of the principal mechanisms by which nonviolent tactics supposedly outperform their violent counterparts is communication, mainly, although not exclusively, directed towards public opinion: apart from eventually helping “people to face severe repression and to make the maximum impact of their objectives”, nonviolent discipline “also *contributes to respect for the movement by third parties, the population in general* [our emphasis], and even the opponents” (104).

The concept of “nonviolent coercion” lies at the heart of Sharp’s approach to nonviolent action and constitutes its clearest elaboration of its own minimalist demarcation of nonviolence. According to him, nonviolent coercion is one of the four “broad processes, or mechanisms, which can bring success” to nonviolent struggle, the other three being conversion, accommodation, and disintegration (121); the latter, nonetheless, “results from the more severe application of the same forces that produce nonviolent coercion” (126). His concept of nonviolent coercion is built on the notion that “[c]oercion is not limited to the effects of threats or use of physical violence” (125), in accordance with his previous definition of “nonviolent action”: “a generic term covering dozens of specific methods of protest, noncooperation and intervention, in all of which the resisters conduct the conflict by doing –or refusing to do– certain things *without using physical violence*” [our emphasis] (18).

Minimalist definitions of non-violence as the sheer absence of the threat or use of physical violence, such as Sharp’s, have been the object of a long-standing debate within the field of non-violence studies. In his compelling analysis of *Non-violence in*

the civil rights movement in the United States, Samad (2008) resumes the discussion from a more nuanced standpoint that, nonetheless, heavily relies on Sharp's notion of "nonviolent coercion". Samad analytically distinguishes the "practical" and the "moral" approaches to nonviolence. As we move from the first to the second ones, the absence of the threat or use of physical violence is supplemented with other requisites, such as, notably, those related to the absence of psychological violence and the absence of personalization, as in the nonviolence philosophy of Martin Luther King: "[N]on-violence does not seek to humiliate the opponent [...]. A protester fights against the sources of evil and not against humans [...] [and] must not only avoid physical violence but also violence of the spirit" (Samad, 2008: 20). When confronted with the urgencies of success and with the influential notion that "absolute pacifism", which rejects coercion, might be "futile and self-defeating", Luther King apparently moved towards "prudential pacifism", which regards coercion as justified (Samad, 2008: 53). Altogether, "[n]on-violence during the civil rights movement was particularly successful since nonviolent protesters converted American public opinion or, in other words, caused American public opinion to sympathize with African-American demands for integration through nonviolent rhetoric and nonviolent dramatization of protest" (103). In his own nonviolent campaigns, Gandhi had as well "contended that in order to affect the heart, one had to awaken public opinion (109).

As we have signalled above, the battle of public opinion, irrespective from academic or activist conceptual distinctions, critically depends on how consistent nonviolent rhetoric and dramatization *are perceived to be*. In this regard, we have good reasons to believe that the contemporary Spanish public opinion tends to embrace a rather strict notion of nonviolence, perhaps closer to absolute than to prudential pacifism. As we have mentioned in other studies (Nos Aldás, Seguí-Cosme and Iranzo, 2015), the refusal of past violence was a cornerstone of the political narrations aimed at legitimatizing the Spanish transition to democracy, and, in spite of the present-day crisis of the so-called "regime of 1978", nonviolence remains a key component of the Spanish political culture. The fact that since the transition Spanish politics have exhibited a comparatively very high degree of protest has widely been acknowledged (Benedicto, 2006: 122; Fishman, 2012: 355). However, little attention has been paid to the fact that most of these protests have not just been essentially nonviolent, but they have also been centred on antimilitaristic or pacifist claims. Some examples of these type of protest refer to the Conscientious Objectors Movement (MOC) during the transition, the anti-

NATO movement in the 1980s, the movement for peace in the Basque Country since the 1980s, or the No to War [in Irak] movement in the 2000s.

The most recent cycle of protest in Spain starting on 15 May, 2011, widely known as 15M or Spanish *indignados* (the indignant) movement, has retained the public compromise with nonviolence as a quasi-sacred sign of identity, as several authors, such as Postill (2013), and Fernández González and Molina Allende (2014), have emphasized. The PAH, highly entangled with the 15M, had generally favoured institutional tactics, until it launched, in February, 2013, his campaign of individualized *escraches* against governmental opponents. *Escraches* are a specific tactic of nonviolent coercion, which fit into two of the categories listed by Sharp, under the rubric “pressures on individuals”: “‘haunting’ officials” and “taunting officials” (2013: 27).

2. The successful governmental counter-framing of tge PAH’s “nonviolent coercive” *escraches* in 2013

The counter-framing process that constitutes our case study was ignited by the *escraches* campaign launched by the PAH in order to achieve support of the ruling centre-right People’s Party (PP) members of parliament (MP) to its proposal of mortgage law reform. This proposal included demands such as a social rent and a halt to evictions. The *escrache* is a coercive nonviolent direct action in which the PAH activists door stepped the PP politicians in their homes to pressure them to pass the above-mentioned law reform. The analysis of that counter-framing process will focus on the nonviolence meanings of the protest and will be based on the claims made by the PAH on its website¹ and on news pieces published on the online version of *El País*², one of the leading newspapers in Spain. The choice of *El País* has an additional advantage: as a centre-left media outlet, it is supposed to be more predisposed to support the PAH’s demands. This fact confers more credibility to its possible counter-framing of the PAH protests as violent, in the sense that it might be attributable to the pre-existing long-lasting narrative of nonviolence in Spain, rather than to the Spanish partisan press model (Hallin and Mancini, 2004). The search of the news items has been made using two key words: “PAH” and “*escrache*”.

¹ www.afectadosporlahipoteca.com.

² www.elpais.com.

The PAH launched the *escraches* campaign in February 2013. The first phase of the campaign (an open letter sent to MPs)³ was practically unnoticed for media outlets. Only when the second phase arrived and the *escraches* started (in March 2013), the news media began to report about them. The organization was well aware of the risks associated to this initiative, as shown by the fact that the press release about it highlighted in bold letters that it was to be “a nonviolent campaign”.⁴ Nevertheless, this was a matter of worries not only for the PAH, but also for the papers. Short before the first *escrache* took place, a news piece from *El País*⁵ underlined in its first sentence that the PAH’s activists were going to follow MP’s steps in a “nonviolent” and “pacific” way in order to persuade them to support its mortgage law reform. “Violence” was, then, on the focus of attention. In fact, the *escraches* were previously studied by the PAH’s juridical committee⁶ to make sure that these actions were completely legal. The organization backed the second phase of the campaign with the release of a video titled “From Victim to MP”,⁷ in which mortgages victims directly addressed politicians to demand their support to pass the law reform. Here, violence was, again, the centre of attention: on the one hand, the video was an explicit denounce of the structural violence (Galtung, 1969) suffered by those people that risked to lose their home; on the other, the victims announced that they were going to approach the MP’s in a “nonviolent” way.

The first relevant *escrache* took place on March 20, 2013. This direct action was addressed to the People’s party MP Esteban González Pons.⁸ Even though the PAH affirmed that it was a “pacific” protest, González Pons accused the activists of knocking the door of his home for more than 45 minutes and made an analogy with the “coercions” in the Basque Country, an implicit reference to the violence of the terrorist group ETA. The following day, the MP reported the incident to the police.⁹ From that point on, a counter-framing process initiated by the People’s party was evident: the party opposed the meanings of “nonviolence” used by the PAH with meanings of “violence”. This tactic allowed the PP to undermine the anti-eviction organization: if it was violent, there was nothing to say about its proposals. In order to get their aim accomplished, the PP politicians attacked two of the factors that sustain the credibility

³ <http://afectadosporlahipoteca.com/2013/02/28/fase-1-de-la-campana-hay-vidas-en-juego-carta-abierta-a-los-diputados/>.

⁴ <http://afectadosporlahipoteca.com/2013/02/04/final-ilp-campanya-escraches/>.

⁵ http://politica.elpais.com/politica/2013/03/06/actualidad/1362573953_224441.html.

⁶ http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/02/14/catalunya/1360845209_496749.html.

⁷ <http://afectadosporlahipoteca.com/2013/03/12/de-afectado-a-diputado/>.

⁸ http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/03/20/valencia/1363797881_950762.html.

⁹ http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/03/21/valencia/1363883737_858523.html.

of any framing or package tied to a given frame: consistency and credibility of the frame articulators (Benford and Snow, 2000). The second factor had nonetheless much less impact, due to the high level of credibility of the PAH's spokesperson, Ada Colau.

Therefore, the People's Party mainly based its counter-framing tactic on the discredit of the consistency of the PAH's package of nonviolence meanings: "They say they are not violent, but they are". However, it was not an easy task because physical violence did not appear during the *escraches*. To overcome this problem, the PP depicted these direct actions mostly as violent not in an explicit, but in an implicit way. Two were the main resources that the governmental party used to link the PAH with violence: the association with ETA and the association with Nazism. The long-lasting problem of terrorist violence in Spain since the 1970s is mainly attributable to ETA. Esteban González Pons used this fact to discredit the PAH, but he was not the only one. Some days after, Cristina Cifuentes, another top PP politician (and a government delegate in Madrid), accused the PAH of supporting pro-ETA groups,¹⁰ a claim also defended the following day by Rafael Hernando,¹¹ the PP assistant spokesperson at the Congress. Hernando also said that it is very easy to pass from the verbal lynching to the physical one. Apart from the linkage to ETA, the PP also used another extremely well known reference to tag the PAH as violent: Nazism. Antonio Basagoiti, president of the PP in the Basque Country, denounced that the *escraches* reproduced what the Nazis had done when marking Jews houses.¹² Some days after, at the beginning of April, the People's Party MP Eva Durán make the same comparison.¹³ María Dolores de Cospedal, general secretary of the party, expressed the same idea in a clearest way: the *escraches* are "pure Nazism". Moreover, Cospedal accused the PAH activists of using violence to get their aims accomplished.¹⁴

The counter-framing tactic used by the People's Party had an evident effect. A poll published by *El País* showed that the public support to the *escraches* dropped from 89 % at the beginning of the campaign¹⁵ (March 16, 2013) to 78 % less than a month after¹⁶ (April 8, 2013). Even though these kinds of direct actions still held a high level of approval among the citizenship, the fall of eleven percentage points can be described

¹⁰ http://politica.elpais.com/politica/2013/03/25/actualidad/1364203963_208246.html.

¹¹ http://politica.elpais.com/politica/2013/03/26/actualidad/1364292861_455684.html.

¹² http://politica.elpais.com/politica/2013/03/26/actualidad/1364292861_455684.html.

¹³ http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/04/05/madrid/1365164740_566932.html.

¹⁴ http://politica.elpais.com/politica/2013/04/13/actualidad/1365848717_144600.html.

¹⁵ http://politica.elpais.com/politica/2013/03/16/actualidad/1363470095_882443.html.

¹⁶ http://politica.elpais.com/politica/2013/04/07/actualidad/1365358645_241274.html.

as relevant. The immediate PAH response to the People's Party tactic was simple: to underline the fact that the *escraches* were nonviolent protests. At the beginning of April 2013, the organization released a video addressed to the PP voters in response to the attacks they had received.¹⁷ In this video, PAH activists claimed they were not the enemy, nor violent people, nor terrorists, and asked for the PP voters' support. Some days after, the PAH spokesperson, Ada Colau, wrote an open letter to Mariano Rajoy, Spain's Prime Minister. In the letter, Colau rejected the association of the *escraches* with the ETA terrorism or Nazism, and insisted, again, they were "pacific actions". After the Spanish Parliament passed the mortgage law reform, with the only votes from the People's Party and without taking into account the PAH demands, the anti-eviction platform stopped its *escraches* campaign.¹⁸

News media played an important role during this period. Along all the counter-framing process that took place between March and May 2013, *El País* published two editorials¹⁹ on the *escraches*, both of them short after leading PP politicians (Esteban González Pons and Soraya Sáenz de Santamaría, Spain's deputy Prime Minister) were under pressure because of these direct actions. The two editorials defended the PAH's aims, but denounced the use of protests in the politicians' private sphere, and warned that the organization risked losing its credibility. The second one, far much harder, affirmed that the *escraches* were "unacceptable" and included an appeal not to use violence. Implicitly, the newspaper was linking the PAH's direct actions to violence, that is, was supporting the PP's counter-framing. It needs to be said that the *escraches* got a high impact in the media because these actions meet the requirements to become news. That was a double-edged sword for the anti-eviction platform: the visibility on one side and the political over-reaction –also visible in the news media– on the other. During the weeks when the campaign was active, *El País* published not only two editorials and several news pieces about the protests and the political reactions, but also a great amount of op-eds. Oddly enough, the *El País* op-ed contributors overwhelmingly supported the *escraches*, despite the newspaper editorial position.

According to the police, the PAH was not a violent organization.²⁰ Moreover, the courts backed the legality of *escraches*²¹ when the PP politicians reported them. Despite

¹⁷ <http://afectadosporlahipoteca.com/2013/04/05/la-pah-presenta-mensaje-a-los-votantes-del-pp/>.

¹⁸ http://politica.elpais.com/politica/2013/04/19/actualidad/1366368353_966754.html.

¹⁹ http://elpais.com/elpais/2013/03/25/opinion/1364243227_860936.html

http://elpais.com/elpais/2013/04/09/opinion/1365533241_824332.html.

²⁰ http://politica.elpais.com/politica/2013/03/30/actualidad/1364669519_850037.html.

and

these facts and the majoritarian support of the citizenship, when the anti-evictions platform resumed the *escaches* one year later²² to press the PP before the European elections of May, 2014, very important modifications were introduced: the protests would be silent and not addressed to particular politicians, but held in public electoral acts. The new tactic seemed to be prepared to avoid any kind of criminalization from the People's Party. The outright rejection of violence that characterized the Spanish society was used by the PP politicians and defended by leading news media such as *El País*. As a result, the counter-framing tactic developed by the ruling party proved to be successful. The new forms of *escraches* did not cause any political reaction neither did attract the press. Thus, the PAH accomplished not to be linked to violence, but it came it at a high cost: becoming invisible.

Conclusions

Framing and counter-framing processes play a key role in the communication of social movements. This paper has explored how a “nonviolent coercion” tactic as the *escraches* used by the PAH—a direct action in which activists door stepped high rank PP politicians in order to get their support to its proposal of mortgage law reform—was easily counter-framed by the People's Party as a violent action. The success of the PP's counter-framing tactic can be attributed to the fact that Spanish public opinion has consistently maintained rather strict attitudes of nonviolence across the ideological and partisan spectrum since the transition to democracy in the late 1970s, in accordance with the long-lasting hegemonic narratives concerning recent history and Basque terrorism. In this counter-framing process, the news media also played an important role. The Spanish leading newspaper *El País*, used as a source of information in our case of study, denounced the use of protests within the politicians' private sphere and, implicitly, linked the PAH's direct actions to violence.

Bibliography

- Benedicto, J. (2006). La construcción de la ciudadanía democrática en España (1977-2004): de la institucionalización a las prácticas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 114(6), 103-136.
- Benford, R. D. & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639.

²¹ http://politica.elpais.com/politica/2014/02/06/actualidad/1391715997_947698.html.

²² <http://afectadosporlahipoteca.com/2014/05/09/nueva-campana-de-la-pah/>.

- Fernández González, J. y Molina Allende, I. (2014). Challenging legitimacy: The 15-M as catalyzer of the crisis of hegemony of the Spanish regime. In *Peace Report 2013: Political Legitimacy Revisited*. Schlaining: Austrian Study Centre for Peace and Conflict Resolution.
- Fishman, R. M. (2012). On the significance of public protest in Spanish democracy. In Jordana, J. et al. (Coords.), *Democràcia, política i societat. Homenatge a Rosa Virós*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Galtung, J. (1969). Violence, Peace, and Peace Research. *Journal Peace Research*, 6(3), 167-191.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S. e Iranzo, A. (2015). Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH. In Chaparro, M. (Ed.), *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: iMEDEA/COMandalucia.
- Postill, J. (2013). Spain's indignados and the mediated aesthetics of nonviolence. Melbourne: RMIT University. Retrieved from <http://johnpostill.com/2013/07/14/spains-indignados-and-the-mediated-aesthetics-of-nonviolence/>.
- Samad, S. A. (2008). *Non-violence in the civil rights movement in the United States of America*. Berlín: JFK Institut.
- Sharp, G. (1973). *The politics of nonviolent action*. Boston, MA: Porter Sargent.
- (2013). *How nonviolent struggle works*. Boston: The Albert Einstein Institution.

Acknowledgement

This article is part of the research project “Evaluación e indicadores de Sensibilidad Moral en la Comunicación Actual de los Movimientos Sociales” [Evaluation Model and Indicators of Moral Sensitivity in the Communication of Social Movements] (CS02012–34066), funded by the Spanish State Secretary of Research, Development and Innovation of the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness, and the research project “De víctimas a indignados: Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una Cultura de Paz” [From victims to indignants: media visibility, migration of images, conflicts spectacularization and social transformation processes for peace culture] (P1-1A2012) funded by the Promotion Plan for Research of the University Jaume I.

Biography

Amador Iranzo is associate professor of Communication at the Universitat Jaume I of Castellón (Spain) and a research member of the Interuniversity Institute of Social Development and Peace at Castellón. His research interests include the relationship between media and power, the communication of social movements, and the use of media to promote social change. E-mail: iranzo@uji.es.

Salvador Seguí-Cosme is professor of Sociology at the Universitat Jaume I of Castellón (Spain) and a research member of the Interuniversity Institute of Social Development and Peace at Castellón. His research interests include communication for peace and social change by civil society actors, such as non-governmental organizations and social movements. E-mail: seguí@fis.uji.es.

Ten years of squatting in the news in Catalonia: critical discourse analysis of editorials and articles on squatting of the Catalan press at the height of the criminalisation wave 2006

Diez años de okupación en la prensa catalana: análisis crítico del discurso de editoriales y noticias sobre la okupación en los medios catalanes durante el auge del proceso de criminalización del 2006

Galvão DeBelle dos Santos, Universitat Autònoma de Barcelona

Abstract

The aim of this paper is twofold. First, we will discuss the evolution of what is commonly known as the “squatting movement”. Second, we will focus on the media coverage of the squatter’s movement. We will expose the results of a critical discourse analysis and discuss the stereotyped image of *okupas* conveyed by the four most read Catalan newspapers in late 2006.

Keywords

Squatting; social center; critical discourse analysis; social movements; criminalization.

Resumen

El objetivo de este artículo es doble. Por un lado, discutiremos la evolución histórica de lo que se denomina de forma popular como “movimiento okupa”. Por otro lado, trataremos de describir la representación del movimiento okupa en los medios. Expondremos los resultados de un análisis crítico del discurso y discutiremos la imagen estereotipada de los okupas que fue vehiculada por los cuatro periódicos catalanes más leídos a finales de 2006.

Palabras clave

Okupación; centro social; análisis crítico del discurso; movimientos sociales; criminalización.

Introduction

Using the technique of Critical Discourse Analysis, we assess the presentations in the mainstream media of the squatters' movements around two concrete cases. The previous research can be seen to approach the same question in different ways, namely how mainstream media discourses presented a negative stereotype of squatters which facilitated repression. These dominant mainstream media narratives both shape and are shaped by public opinion. We discuss how squatters are presented as a deviant other, ways in which squatters formulated new meanings of squatting through linguistic methods and why the media resorts to stereotypes.

We provide a brief theoretical presentation of the squatters' movement in Barcelona as well as its stereotyping in the press. Stories from four newspapers concerning two cases where squatting received considerable media coverage as studied, namely El Forat de la Vergonya and La Makabra. The news articles were analysed in

order to assess the quality of the journalists' coverage in terms of accuracy and reproduction of stereotypes regarding squatters. In addition, an analysis was made of editorials mentioning squatters in these two cases, and also when the housing issue was addressed.

1. The evolution of the squatters' movement

In Barcelona, squatting has existed as a social movement only since 1996. This is a restrictive interpretation, as politically minded squatting projects which had a public presence can be traced back to the beginning of the 1980s (Martínez, 2007: 226). Occasional public squatting projects occurred up until the Criminal Code changed in 1996 to include draft evasion and squatting of private property (Asens, 2004: 329). As a response, squats organised as a movement and a strong identity around political squatting emerged. Over the following years, squatting received considerable attention from the media and politicians. Although repression grew, the number of politically active squats augmented in absolute terms during the following years (Martínez, 2007: 229-231).

From 2000 onwards, the global anti-capitalist movement emerged. This movement aggregates struggles such as ecologism, cooperativism, anti-racism, feminism, LGBT, antimilitarism, squatting and other social movements. Squats participated in the global movement organising counter-summits and then Social Forums, but lost their hegemonic status as other social movements became more active (Barranco & González, 2007: 268-274). These social movements start to squat themselves around 2000 and transform the *okupa* identity.

'Okupa' stands for squatter and is derived from the word 'ocupa,' which in turn can be translated as 'occupy'. In Spanish, 'okupa' designates both the squat and the squatters. Interestingly, the squatters' movement at a certain point began to refer to their squats as 'okupas' using a 'k.' This is a letter which does not actually exist in Spanish and thus the squatters were making a deliberate misspelling to emphasise their difference from normal codes of behaviour and existence.

The *okupa* identity does not disappear over time, but it becomes more diffuse as several squatting projects start to define themselves on other aspects of social change. The *okupa* identity is the product of the interaction between the discourse of squatters and the one of the institutions (city hall, police, media etc.) It does not strictly exist and is used politically by most actors, who try to shape its meaning in their own interests.

Although the squatting movement ceases to be strongly united around a single identity around 2000, it is in 2006 that most news were made about squatters in Catalonia (Debelle, 2010: 149). That same year, the pro-housing movement became more politically relevant than the okupa movement and several significant peaceful protests were held. Two years later, the mass anti-eviction movement "PAH" ('Plataforma de Afectados por la Hipoteca' - this could be translated as 'Movement of Mortgage Victims') was created. The self-evident relationship between the squatting movement and the PAH, who also uses squatting to put pressure on banks, has been strengthened since, as new ties between activists from each movement have multiplied (García and Martínez, 2011: 6).

2. Critical discourse analysis of news articles and editorials

We chose four newspapers which cover the ideological diversity of the Catalan press. *El Periódico* is the traditional left-wing newspaper. *Avui* is a center-right newspaper with a Catalan nationalist agenda. *La Vanguardia* is the traditional right-wing newspaper with a Catalan nationalist agenda. Finally, *El Punt* is an independentist left-wing newspaper with a regional basis. By then, this journal had a strong local implementation, with several regional editions. These were the four most read newspapers in Catalonia by then (Huertas Bailén, 2009; MME, 2009). We selected the period of late 2006, due to the massive volume of news on squatting that was then being produced. All texts - except one - were found between October and December 2006. Two samples were made, one of editorials and the other one of news articles. Articles from each case and journal were selected, most of them synchronically (Debelle: 2010: 47). The sample of news articles consists of the analysis of two cases with relevant media coverage: *El Forat de la Vergonya* and *La Makabra*.

Following E.T.C. Dee's approach (2013), the two cases can be divided into a case of 'good' squatters and a case of 'bad' squatters in terms of how they were portrayed. The case of *El Forat* consists of the analysis of news articles where squatters are accused of being troublemakers who caused riots after a protest. These are the 'bad squatters': uncivil, violent, unpoliticised, and dangerous. The case of *La Makabra* allows for the study of 'good squatters', as this arts collective made a peaceful squatting action to claim popular cultural spaces. Finally, we study in the editorials three themes which have been seen to receive most media attention in previous studies.

The first case provides materials regarding the coverage of 'bad squatters'. El Forat is a public square in the centre of Barcelona that had been self-managed by the neighbours since 2000. In late 2006, the city hall evicted the square, destroyed parts of it, and secured the perimeter with the constant presence of police officers. A protest was convoked and disturbances happened in front of the MACBA (Barcelona's Contemporary Art Museum), a symbol of the undemocratic urbanistic transformation of the city. Squatters were blamed by the authorities of these disturbances. A total of 34 articles were found in all newspapers, of which 14 were analyzed.

On the contrary, the case of La Makabra permits a study of 'good squatters' in the press. La Makabra was a huge squatted warehouse in which one could find a circus workshop and the facilities needed for artists of all kinds to practice. As the eviction came about, the collective decided to squat a historical building claimed by the neighbourhood (Can Ricart). During a two week period, squatters made several attempts to legitimise themselves. At some point, the police made a siege around the building to prevent food and beverages from being brought in. The Red Cross and a secretary from the UN intervened and made public statements. The squatters were barricaded in for the first few days, and stayed 10 days in total, receiving an intense media attention. These events account for 84 news articles in total, of which 10 were analysed. Only the day of the eviction and the day of the squat of Can Ricart were selected.

Previous academic research on squatters in the press identifies the main themes of squatting in the Spanish media: violence, evictions, and housing (Alcalde, 2004: 236; Rodríguez, 1999: 222). These three themes account for more than half of the news produced on squatting. Editorials on violence were selected in the case of El Forat, those on evictions were found in the case of La Makabra, and those on housing were selected whenever the journals decided to write on that subject. All the editorials were selected in the period between the Forat's protest in October and late December, except for one that was taken from La Vanguardia on late January, in the mist of the institutional political debate around housing. During this period, squatters got the large share of the attention of mainstream media, as a intense debate about 'violent squatters' and 'peaceful squatters' monopolised the public sphere. The fact that public regional elections had to occur in early 2007 is a crucial factor to explain the exceptional public debate on squatting in Catalonia during 2006, as politicians were being pressured by a considerable social discontent.

2.1 Results of the analysis of news articles

The criminalisation of 'bad squatters' happens in various ways and we will give some examples. On October 7, 2006, both La Vanguardia and Avui quote Martí [the Mayor of Barcelona] saying that organised groups of violent protesters are somehow related to the squatting movement, but are not the same thing. Nonetheless, the headline's subtitle in La Vanguardia is "City hall blames organized groups and the neighbours of Santa Caterina repudiate *okupas*", thus implying that *okupas* are to blame (La Vanguardia 7/10/06). Also like Avui, La Vanguardia says the protest was convoked by 'okupas', instead of neighbors (Avui 6/10/06, La Vanguardia 7/10/06). El Periódico is more cautious than La Vanguardia and Avui on the 6th, and only says that some violent protesters had "*okupa* aesthetics" (El Periódico 6/10/06). On the contrary, the next day, El Periódico exaggerate the claim of the City Hall by publishing the following headline: "City Hall attributes disturbances at the Forat to radical *okupas*" (El Periódico 7/10/06). El Periódico is the only journal which do not reproduce the nuance of Martí when he is reported as saying that those groups were only "somehow related to the squatting movement" (El Periódico 7/10/06).

The day following the eviction of La Makabra, news articles state that the social centre was an important circus place in Barcelona. Only El Punt acknowledges this in detail, while Avui, La Vanguardia and El Periódico limit themselves to quoting art professionals who were there on the day of the eviction. Then, when La Makabra squats Can Ricart, squatters are presented as unpoliticised in the articles of the next day, as exemplified by the way that journalists designate the spokesperson of La Makabra's assembly, Gadis Romero. La Vanguardia correctly identifies her as a "spokesperson", but considers that she is speaking on behalf of the "squatting movement" (La Vanguardia 3/12/06). Avui also quotes Romero as the "spokesperson", this time of the "artists", or of the "evicted artists" (Avui 3/12/06). El Periódico quotes on several occasions "representatives" or "coordinators" of the "squatter movement" (El Periódico 3/12/06 and 4/12/06). The squatters' movement organises in assemblies and rejects representation and hierarchy, so both of these categorisations are incorrect. Barcelona's Squatters Assembly sometimes designates spokespersons, but this assembly does not pretend to represent all squats either. Only El Punt reveals a correct understanding of how the movement organises, thus referring to Romero as the "spokesperson of the Makabra's assembly". This small point indicates how a dominant discourse presents the squatters movement in a certain way according to its norms, rather than the way the

movement actually organises. Interestingly, whilst an artist from La Makabra was quoted by *El Periódico* said that they had nothing to do with 'okupas,' nevertheless, the spokesperson designated by La Makabra never tried to avoid being labelled as such (*El Periódico* 3/12/06).

Squatters' efforts towards positive self-presentation and the extraordinary media coverage seldom exist regarding news on squats and evictions. Thus, we considered the first day of coverage as being the most relevant one, as far as the "good squatters" stereotype is concerned. We were able to conclude that the stereotype of the "good squatter" is largely unpoliticised, although further research might well show that journalists changed their opinion as days went by.

2.2 Editorial stance of newspapers

The analysis of the editorial stance of the newspapers shows that each has a coherent vision of what 'okupas' are and also that each response is individualised. Studying the editorials allowed us to give more strength to the conclusions we reached while analysing the news articles.

All the editorials evince the common viewpoint that squatting is a criminal practice, which sometimes degenerates into violence. None of the newspapers questioned the juridical system, although only *La Vanguardia* pushed for stricter laws towards squatting. All newspapers, except *El Punt*, defended the actions of the police. All of them argued against 'violent protesters'. *El Periódico* characterises these protesters as "minority groups of radical squatters", mostly foreigner Europeans "who claim to be libertarians", and distinguishes them from the squatting movement, of which it claims 95% of the activists are pacifists (*El Periódico* 8/10/06). *La Vanguardia*, *El Punt* and *Avui* criticize the postponement of an international meeting around the housing issue that was to be held in Barcelona, although in different terms: *La Vanguardia* argues that "violent groups, okupas and anti-system collectives" are "groups of delinquents" ready to create disturbances during the summit, while *El Punt* complains about the fact that "200 troublemakers that are already identified by the police" were a valid reason to cancel it (*El Punt* 12/10/06, *La Vanguardia* 11/10/06). *Avui* writes an editorial on October 15, 10 days after the protest of the Forat, accusing the "very active minorities" within "the far left, anarchists, okupas, independentists, etc." of making people feel insecure, while criticising the decision to postpone the summit with nationalistic arguments against Madrid (*Avui* 15/06/06).

The case of La Makabra shows that El Punt was the only journal which acknowledged that the squatters' movement had the potential to generate alternative culture. Thus, this journal argues that cultural spaces should be offered to squatters, while criticising the authorities for knowing that La Makabra would squat Can Ricart and doing nothing (El Punt 5/12/06). Avui briefly questions the squatters' good intentions on the October 4 and then publishes an analytical editorial on October 6 that argues throughout against squatters (Avui 4/12/06, 6/12/06). Avui and El Punt do not exclude the possibility of negotiation. In contrast, La Vanguardia considers the squatting movement to have an egoistic nature and a clear tendency towards vandalism. In La Makabra's case, where the squatters were peaceful and politically active artists, La Vanguardia limited itself to criticising the deviant/bohemian lifestyle of squatters. El Periódico seems to be superficially aware that the squatting movement is a social movement, but then argues that private property should be protected (El Periódico 6/12/06). It is implied that squatters can sometimes be legitimate to claim their constitutional right for housing, but cannot be so when they are claiming "non-basic needs" (El Periódico 14/12/06). This argument would seem to be replicating the dualistic thinking which Platt (1999) notes concerning deserving and undeserving squatters. Thus we can see that easy stereotyping is employed by the four Barcelona-based newspaper that were under study.

2.3 Editorial stance of newspapers

Squatters are depicted as deviant subjects. One could argue that this is in some ways positive, as deviance is a precondition for the existence of social movements, which always exist in opposition to some hegemonic norms or values (Colorado, 2010: 1). Nevertheless, in the mainstream media we analysed, the squatter's deviance is stigmatized into a ghetto of incorrectness, vandalism, youth, etc. Instead of being presented as selfless activists who offer their time and cultural resources to create horizontal and communal spaces, squatters are depicted as selfish, vandals, and parasites on society. Some sources of information are systematically privileged over others (as well as uncritically reproduced) such as: the security forces; the city hall; the judicial system; politicians; and only sometimes neighbourhood associations and suchlike (Debelle: 2010: 118). It has been shown that powerful actors have more weight given to their pronouncements (Barriga: 2011: 73; Fairclough & Fairclough: 2013: 112). Thus,

institutions contributed directly to stigmatisation by representing a certain view of squatters.

Further, squatters are depicted as a threat to the moral order of society. In the case of the Forat protest, the 'bad' squatter stereotype allowed the city mayor and journalists to explain why violence had occurred without referring at all to the actual structural violence which caused it. The mainstream media amplified the moral panic around squatting by ignoring fundamental contextual elements which would allow a better understanding of the conflict, as seen also in the case of La Makabra. Our study reveals that despite often being aligned, squatters' actions are rarely portrayed as related to the demands of their neighbours (which are, in turn, often distorted and over-simplified) (Debelle: 2010: 119).

Conclusions

It is unsurprising that squatters are othered in such a way, since they present a challenge to the logic of capitalism by undermining the absolute right of the owner to enjoy his/her private property whether she/he actually puts it to good use or not. Through repurposing derelict or disused buildings for use as housing, social centre projects, arts spaces, advice centres, infoshops and a thousand other uses, squatters take direct action to present a vision of a different society, in which access to land is determined by need, not wealth or privilege.

It is clear that the mainstream media affects the different discourses surrounding popular issues. But of course, another key factor is public opinion, which again both shapes, and is shaped by, the discourses in circulation. As we have observed, despite being in a weak position to counter the discourses of powerful institutions such as the police, Government officials and the mainstream media, squatters do still remain actors with agency and can indeed turn the very process of othering to their advantage, although further studies would be required to add detail to this general conclusion.

Bibliography

- Abellán, J., & Janoschka, M. (2013, julio). Dos años de movimiento por la vivienda en Madrid (2011-2013): desobediencia, luchas y rupturas en el contexto de la crisis urbana. Comunicación presentada en el *XI Congress of the Federación Española de Sociología*, 12 de julio. Madrid: Federación Española de Sociología, Madrid.
- Alcalde, J. (2004). La batalla de los medios. En Adell, R. & Martínez, M. (coords.), *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: práctica y contextos sociales*. Madrid: Catarata.

- Asens, J. (2004). La represión al “movimiento de las okupaciones”: del aparato policial a los mass media. En Adell, R. & Martínez, M. (coords.), *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: práctica y contextos sociales*. Madrid: Catarata.
- Barranco, O., & González, R., (2007). Construyendo alternativas frente a la globalización neoliberal, resistencias juveniles en Catalunya. *Revista de Estudios de Juventud*, 76, 267-285.
- Barriga, A. (2011, abril). Lugares das colunas de opinião: contornos de uma mudança no jornalismo actual. Comunicación presentada en el *I Colóquio Internacional Mudanças Estruturais No Jornalismo*, 25-28 de abril. Brasilia: Universidad de Brasilia.
- Cattaneo, C. (2008). *The ecological economics of urban squatters in Barcelona*. (Phd thesis). Universitat Autònoma de Barcelona, Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA), España.
- Colorado, C., (2010). Prensa y movimientos sociales, análisis macroestructural semántico de la jornada sobre el movimiento social de Atenco en México. *Interlingüística*, 21, 116-126.
- Debelle, G., (2010). *Anàlisi crítica del discurs de textos periodístics de la premsa comarcal catalana sobre l'okupació* (Master thesis). Universitat Autònoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, España.
- Debelle Rodrigues, G., & Dee, E.T.C. (2014). *The right to the city: the inspiring free space of Can Vies*. Open Democracy, 29 July.
- Dee, E.T.C. (2013). Moving towards criminalization and then what? In Squatting Europe Kollektive (ed.), *Squatting In Europe: Radical Spaces, Urban Struggles*. Brooklyn: Autonomedia.
- Fairclough, I., & Fairclough, N. (2013). *Political Discourse Analysis*. Routledge, New York.
- Giró Martí, X. (1990). *Anàlisi Crítica del Discurs sobre nacionalisme i identitat als editorials de la premsa diària publicada a catalunya des de la transició fins al govern del PP (1977-1996)*. (PhD thesis). Universitat Autònoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, España.
- Huertas Bailén, A., (2009). La mesura d'audiència a catalunya, amb l'entrada a escena del baròmetre de la comunicació i la cultura. Barcelona: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Marrero Guillamón, I. (2008). *La fábrica del conflicto. Terciarización, lucha social y patrimonio en Can Ricart, Barcelona*. (PhD thesis). Universitat de Barcelona, Departamento de Antropología Cultural e Historia de América y de África, España.
- Martinez, M. (2007). El movimiento de okupaciones: contracultura urbana y dinámicas alter-globalización. *Revista De Estudios de Juventud*, 76, 225-243.
- Martínez, M., & García, A., (2011). Ocupar las plazas, liberar los edificios. *ACME: An International Ejournal For Critical Geographies*. Retrieved from http://www.miguelangelmartinez.net/IMG/pdf/articulo_ACME_8000_v1_doc.pdf
- Mir, J., França, J., Maciàs, C. & Veciana, P. (2013). Fundamentos de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca: activismo, asesoramiento colectivo y desobediencia civil no violenta. *Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, 52-61.
- Platt, S. (1999). Home truths: media representations of homelessness. In Franklin, B. (ed.) *Social Policy, The Media And Misrepresentation*. Routledge, London.

- Rodríguez, J., (1999). Els moviments socials a través dels mitjans de comunicació. In Ass. d'Okupes de Terrassa (ed.), *Okupació, Repressió i Moviments Socials*. Barcelona: Diatriba.
- Van Dijk, T. (1988). *News analysis: case study of international and national news in the press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum associates.

Acknowledgement

Many thanks to Jaume Soriano Clemente, the coordinator of my academic research over these last few years, and also to E.T.C Dee, for his proofreading and comments on the diferent pieces we wrote together.

Biography

Galvão DeBelle dos Santos is a doctorate student of the Autonomous University of Barcelona, researching media discourses about social protest and the current economic crisis. Through several empirical studies concerning squatting, the sub-prime crash of 2008, and the European sovereign-debt crisis, a general study is conducted on how political and media discourses facilitate a certain course of action. This academic research is complemented by several news articles which communicate the same ideas to the wider public readership. E-mail: galvao.rds@gmail.com.

Bloque III
**Periodismo, medios de
comunicación y cambio
social**

Part III
*Journalism, media and
social change*

La representación de las mujeres inmigrantes en una muestra de la prensa española: deconstruyendo la invisibilidad

The representation of immigrant women in a sample from the Spanish press: deconstructing invisibility

María Martínez Lirola, Universidad de Alicante y Reseach Fellow, Department of Linguistics and Modern Languages, University of South Africa (UNISA)

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo principal estudiar la representación de las mujeres inmigrantes en una muestra de la prensa española. Para ello, se recopiló un corpus de noticias sobre mujeres inmigrantes desde febrero de 2012 hasta julio de 2014, lo que suma un total de dos años y medio, de los tres principales periódicos españoles: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. El número total de noticias recopiladas es de 56. En este estudio se analizarán los principales temas que se tratan en las noticias seleccionadas y las principales características lingüísticas y visuales empleadas para hablar sobre las mujeres inmigrantes.

El análisis crítico del discurso (ACD) se empleará en este trabajo por su interés en la dimensión social del discurso al estudiar la lengua unida a temas sociales y por permitir profundizar en la ideología. En este sentido, el ACD puede ayudar a desentrañar problemas relacionados con las desigualdades de género al observar el modo en que las mujeres inmigrantes aparecen representadas en los textos objeto de estudio. Además, se empleará el modelo de gramática visual propuesto por Kress y van Leeuwen (2006) con el fin de analizar las principales características de las fotografías.

Los principales resultados obtenidos del estudio señalan que la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española es escasa y que cuando éstas aparecen como protagonistas de noticias suelen representarse como víctima y se las relaciona fundamentalmente con la prostitución.

Palabras clave

Mujeres inmigrantes; análisis crítico del discurso; prensa; textos multimodales; gramática visual.

Abstract

The main objective of this research is to study the representation of immigrant women in a sample from the Spanish press. A corpus of news items on immigrant women was compiled from February 2012 until July 2014, i.e., for two years and a half, from the main three Spanish newspapers: El País, El Mundo and ABC. The number of news items found was 56. We will analyse the main topics presented in the news items selected and the main linguistic and visual choices used to talk about immigrant women.

Critical discourse analysis (CDA) will be used in the analysis for its interest in the social dimension of discourse because it studies language joined to social topics and it allows deepen on ideology. In this sense, CDA can help deconstruct problems related with gender inequality by observing the way immigrant women appear represented in the texts under analysis. Moreover, the model of visual grammar proposed by Kress and van Leeuwen (2006) will also be used to analyse the main characteristics in the photographs.

The main results of this study show that the representation of immigrant women in the Spanish press is scarce and that when they appear being the protagonists of news items they are normally represented as victims and they are connected with prostitution.

Keywords

Immigrant women; critical discourse analysis; press; multimodal texts; visual grammar.

Introducción

Las migraciones femeninas no son un fenómeno nuevo aunque sí han aumentado en los últimos años. Sin embargo, las mujeres inmigrantes han sido consideradas activas en las migraciones recientemente, y por lo tanto, la variable de género se ha convertido en un factor de análisis en los estudios migratorios.

Los medios de comunicación en general y la prensa en particular juegan un papel importante en la transmisión de realidades sociales, incluidas las migraciones femeninas, pues en muchos casos las/os lectoras/es no tienen contacto directo ni conocen de primera mano la realidad que se describe. Esto implica que la tendencia general es a asumir los medios de comunicación como fuente de información veraz, con efecto directo en la ideología de la audiencia. Tal y como señala Bañón (2002: 283): “La función de los medios de comunicación como transmisores de otros discursos, como apoyos a esos otros discursos o como generadores de discursos propios es determinante en lo que se refiere al tratamiento público de la inmigración”.

Este trabajo tiene como objetivo principal ofrecer una aproximación a la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española. En este estudio se analizarán los principales temas que se tratan en las noticias seleccionadas y las principales características lingüísticas y visuales empleadas para hablar sobre mujeres inmigrantes. Para ello, se emplearán los principios del análisis crítico del discurso (van Dijk, 2005, 2009) y de la gramática visual (Kress y van Leeuwen, 2006). Pretendemos obtener información sobre la representación social de las mujeres inmigrantes a través de un análisis discursivo, tal y como señala van Dijk (2008: 21): “Uno de los roles principales del discurso es la reproducción de las representaciones sociales, tales como el conocimiento, las actitudes, las ideologías, las normas y los valores. Esto significa que el discurso es la principal interrelación entre las dimensiones social y cognitiva del racismo”.

En la línea de las ideas presentadas en los párrafos anteriores, concurrimos con van Dijk (1997, 2011) en que la mayoría de nuestro conocimiento social y político lo

obtenemos a través de las noticias que vemos, leemos o escuchamos cada día en los medios de comunicación. En este sentido, estas noticias contribuyen a nuestra ideología y a nuestras creencias sobre el mundo de modo que es importante cuestionar la veracidad del conocimiento que obtenemos a través de los medios de comunicación.

1. Marco teórico

Distintos estudios sobre la representación de las/os inmigrantes en la prensa señalan que hay una tendencia a representar al grupo mayoritario de forma positiva y al grupo minoritario, es decir, a las/os inmigrantes, de forma negativa (van Dijk, 1997, 2009). Con respecto a los temas principales relacionados con estas noticias los principales tienen que ver con la violencia, delincuencia, control de entrada, llegada de inmigrantes en pateras y saltando la valla o la política migratoria. Las contribuciones de los inmigrantes a la sociedad española no aparecen en las noticias y tampoco obtenemos información sobre las razones por las que emigran o sobre aspectos de su vida diaria (van Dijk, 2005).

Si nos centramos de forma específica en la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española, los distintos estudios ponen de manifiesto que son poco visibles (Bouchoucha, 2010; Martínez Lirola, 2010a, 2010b; Palmary et al., 2010) y además, se las presenta normalmente como víctimas y vulnerables. Dicha invisibilidad no está justificada pues las mujeres inmigrantes protagonizan entre el 45% y el 50% de las migraciones en la actualidad (Lipszyc, 2004; Martínez Lirola, 2013). En este sentido, hay estudios que ponen de manifiesto que las migraciones femeninas han sido menos estudiadas que las masculinas (Yuval-Davis, 1997; Román et al., 2011). Además, Parella (2003) hace referencia a la triple discriminación: por ser mujer, por ser pobre y por ser inmigrante.

Hay diferencias importantes en el proceso migratorio de mujeres y hombres (Bouchoucha, 2010; Lorenzo Copello y Durán Muñoz, 2014; Martín, 2006; Martín y Sabuco, 2006; Pérez Grande, 2008) y diferencias en los temas que aparecen en la prensa para hablar de mujeres y hombres. Por ejemplo, es preponderante la relación en la prensa española entre las mujeres inmigrantes y la prostitución (Martínez Lirola, 2014).

Una de las ideas fundamentales al hablar de migraciones femeninas es la escasa referencia a lo que aporta a nuestro país la llegada y la presencia de las mujeres inmigrantes (Nash, 2000; Nash, 2004; Rodríguez, 2002; Román et al., 2011), pues éstas

juegan un papel muy importante en las labores de cuidado, hecho que no se visibiliza en los medios de comunicación.

2. Metodología

Comenzamos esta investigación recopilando todas las noticias relacionadas con las mujeres inmigrantes en la versión digital de los tres periódicos más importantes en España: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. El corpus se recopiló desde febrero de 2012 hasta el 31 de julio de 2014, lo que suma un total de dos años y medio.

Una vez recopilado el corpus prestamos atención a los principales temas de las noticias analizadas: prostitución, llegada de mujeres inmigrantes en pateras, la violencia de género y otros temas poco recurrentes como la trata, la muerte o el trabajo doméstico. A continuación, se indagó en las principales características lingüísticas de los titulares y pies de foto con el fin de observar las elecciones utilizadas para referirse al grupo de mujeres que es objeto de estudio.

El análisis crítico del discurso se empleó para este estudio por su interés en la dimensión social del discurso al estudiar la lengua unida a temas sociales y por permitir profundizar en la ideología (KhosraviNik, 2009; van Dijk, 2001; Wodak y Meyer, 2009). En este sentido, los principios del ACD están presentes en este trabajo por su utilidad para desentrañar problemas relacionados con las desigualdades de género y las relaciones entre los géneros al observar el modo en que las mujeres inmigrantes aparecen representadas en los textos que son objetos de estudio.

Finalmente, elegimos el modelo de gramática visual propuesto por Kress y van Leeuwen (2006) para prestar atención a las fotografías sobre mujeres inmigrantes que aparecen en algunas de las noticias analizadas. Estos autores ofrecen un marco de análisis para las imágenes centrado en el valor de la información (*information value*), es decir, al lugar en que aparecen los diferentes elementos en la composición (arriba, abajo, a la izquierda o a la derecha y en el centro o en los márgenes), el uso o la ausencia de marcos (*framing*) señalando qué elementos van o no van unidos y el modo en que la disposición de los elementos contribuye a captan la atención de las/os lectores (*salience*).

3. Análisis

El análisis llevado a cabo nos permite afirmar que las elecciones lingüísticas y visuales no son casuales sino que están conectadas con la distribución del poder en el discurso. El análisis de la lengua escrita y visual en uso constituye una práctica social, es decir, la observación y el análisis de las distintas elecciones empleadas por la prensa para expresar significados nos ofrece mucha información sobre la realidad social que enmarca las noticias que son objeto de estudio.

La tendencia general es a representar a las mujeres inmigrantes como un grupo homogéneo y como víctimas, sin prestar atención a su diversidad pues estas mujeres vienen de distintos lugares, pertenecen a distintos grupos étnicos, emigran por diferentes razones y evidentemente tienen distintas circunstancias personales. El hecho de que se las represente como grupo tiene mucha relevancia, pues esto lleva consigo que no se tiene en cuenta su individualidad en el proceso migratorio que deciden emprender teniendo en cuenta sus circunstancias personales, familiares y las de sus países de origen.

Otra de las características fundamentales del corpus analizado es que no aparecen las voces de las mujeres inmigrantes que son las protagonistas de las noticias, hecho que contribuye a su invisibilidad y concede importancia a las voces del grupo mayoritario, en este caso a las/os periodistas como parte de una élite. Sin embargo, sí es una característica recurrente encontrar la nacionalidad de las mujeres inmigrantes a las que las noticias hacen referencia; las principales nacionalidades son las siguientes: Nigeria, Marruecos, Guinea, Rumanía y Brasil.

La mayoría de las noticias analizadas relacionan a las mujeres inmigrantes con la prostitución. Otros temas también recurrentes son la violencia de género y la llegada de mujeres en pateras, en muchos casos embarazadas o con hijas/os menores de edad. Representar a dichas mujeres unidas a estos temas está relacionado con el hecho de que no se las representa haciendo referencia o estableciendo contacto con mujeres del grupo mayoritario de la población. Sin embargo, sí encontramos noticias en las que se relaciona a mujeres inmigrantes con hombres que suelen ser los que las maltratan o los que controlan las redes de prostitución a las que ellas pertenecen.

Al hablar de los temas relacionados con las noticias analizadas hemos de poner de manifiesto que no encontramos noticias en las que se relacione a las mujeres inmigrantes con actos delictivos, cosa que sí es bastante habitual en el caso de las

noticias sobre hombres inmigrantes. En este sentido, es fundamental destacar que las/os periodistas tienen poder para presentar la realidad de las mujeres inmigrantes de un modo determinado al dar preferencia a determinados temas e ignorando otros, hecho que tiene un efecto directo sobre el modo en que la audiencia percibe a estas personas.

4. Discusión

El hecho de que durante dos años y medio el total de noticias sobre mujeres inmigrantes recopiladas en la versión digital de los periódicos objeto de estudio haya sido de 56 nos lleva a afirmar que la representación de dichas mujeres en la prensa española es escasa. Además, teniendo en cuenta que la mayoría de estas noticias relacionan a las mujeres con la prostitución, es necesario señalar que nos encontramos ante una representación parcial de las mismas pues no hay noticias que informen sobre las mujeres inmigrantes que están becadas en nuestro país para hacer investigación, las que llevan años y por lo tanto están en situación regular y en muchos casos incorporadas al mercado laboral.

Las principales características de la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española son las siguientes (Aierbe, 2008; Checa, 2005; Masanet y Ripoll, 2008; Nash, 2007): ellas no son muy visibles y cuando son representadas se las describe fundamentalmente como dependientes, víctimas y como si fueran un colectivo homogéneo. La tendencia general es a representarlas como pobres y frágiles, como personas vulnerables que necesitan apoyo y recursos materiales de la sociedad española (Martínez Lirola y Olmo, en prensa; Sobrados 2006).

Tras el análisis llevado a cabo podemos afirmar que la tendencia general es a representar a las mujeres inmigrantes en la prensa como grupo, sin información personalizada sobre las mismas de modo que se nos invita a generalizar y estereotipar en lugar de ampliar la mirada. En este sentido, Abril Vargas (2007: 28) señala que: “Las mujeres inmigrantes, por ejemplo, precisan una nueva mirada informativa que rechace los estereotipos actuales- como víctima o prostituta- y ponga en el centro de interés la complejidad de sus vidas y sus actuales proyectos lejos de la tierra donde nacieron”.

La nula referencia a las circunstancias personales de las mujeres que emigran hace que la tendencia general sea a representarlas como portadoras del colectivo (Yuval-Davis, 1997: 26), hecho que contribuye a generalizar, estereotipar y simplificar el fenómeno migratorio femenino y la realidad compleja y plural que lleva consigo.

Tras lo expuesto en los párrafos anteriores, nos parece fundamental reivindicar que la prensa ofrezca los testimonios de las mujeres que emigran de modo que se pueda conocer la realidad de dichas mujeres de modo directo, es decir, hemos de pasar de hablar sobre mujeres inmigrantes a hablar con ellas para conocer de primera mano las circunstancias que las llevan a emigrar.

Conclusiones

El análisis llevado a cabo en este trabajo pone de manifiesto que la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española se caracteriza por presentarlas como dependientes y pasivas. Además, los resultados ponen de manifiesto que la mayoría de las noticias analizadas relacionan a estas mujeres con la prostitución. Esta representación parcial no favorece el fomento de una cultura de paz. En consecuencia, no se potencia la integración de estas mujeres en el grupo mayoritario, en este caso la sociedad española.

Cuando las mujeres inmigrantes aparecen representadas predomina la estereotipación, hecho que no favorece el desarrollo de una sociedad asentada en principios democráticos y de igualdad. Por esta razón, reivindicamos a los medios de comunicación en general y a la prensa en particular que las diferencias de género, de religión, de ideología y de cultura sean consideradas como una riqueza para que el concepto de ciudadanía no sea una simple abstracción sino una realidad.

Apostamos por una representación de las mujeres inmigrantes en la prensa más amplia con el fin de que de este modo se pueda contribuir a la construcción de una cultura de paz en la que la convivencia y el respeto a la diversidad sean reales y posibles. Es necesario normalizar la presencia de mujeres inmigrantes en nuestra sociedad y los medios de comunicación en general y la prensa en particular tienen un papel clave en este proceso.

Bibliografía

- ABC, 1 febrero 2012-31 julio 2014. *Abc*. Recuperado de <http://www.abc.es>
- Abril Vargas, N. (2007). Las mujeres en los media. En Hegoa (ed.), *Utopía informativa. Propuestas para un periodismo más social* (pp. 24-48). Bilbao: Hegoa.
- Aierbe, P. (2008). Representación de mujeres trabajadoras inmigrantes en los medios de comunicación. *MUGAK*. Recuperado de <http://www.mugak.eu/gunea/mujer/>
- Bañón Hernández, A.M. (2002). *Discurso e inmigración. Propuestas para el análisis de un debate social*. Murcia: Universidad de Murcia.

- Bouchoucha, I. (2010). "Gender Relations" as a Factor in Determining Who Migrates and Why: The Case of Tunisia. En Middle East Institute. *Viewpoints: Migration and the Maghreb* (pp. 20-24). Washington DC: The Middle East Institute.
- Checa, F. (ed.). (2005). *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria.
- El Mundo*, 1 febrero 2012-31 julio 2014. Recuperado de <http://www.elmundo.es>
- El País*, 1 febrero 2012-31 julio 2014. Recuperado de <http://www.elpais.es>
- Khosravini, M. (2009). The representation of refugees, asylum seekers and immigrants in British newspapers during the Balkan conflict (1999) and the British general election (2005). *Discourse & Society*, 20(4), 477-498.
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Segunda edición. Londres: Routledge Press.
- Laurenzo Copello, P. y Durán Muñoz, R. (coords.) (2014). *Diversidad cultural, género y derecho*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Lipszyc, C. (2004). *Feminización de las migraciones: sueños y realidades de las mujeres migrantes en cuatro países de América Latina*. Uruguay: Asociación de Especialistas Universitarias en Estudios de la Mujer. Recuperado de: <http://www.diba.cat/urbal12/PDFS/CECILIA%20LIPSYC.pdf>.
- Martín, E. (2006). De las migraciones del fordismo a las migraciones de la globalización. Europa: 1960-2005. *África e Mediterráneo*, 54, 29-35.
- Martín, E. y Sabuco, Á. (2006). Las mujeres en la globalización: el nuevo tráfico de alianzas y de mercancías. *RELEA, Revista Latinoamericana de Estudios Avanzados*, 24, 65-106.
- Martínez Lirola, M. (2010a). Positive aspects of women of different cultures: an analysis of two multimodal covers. *The Poster*, 1(1), 77-93.
- Martínez Lirola, M. (2010b). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave*, 13(1), 161-173.
- Martínez Lirola, M. (ed.) (2013). *Discourses of Immigration in Times of Economic Crisis: A Critical Perspective*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Martínez Lirola, M. (2014). An exploration of the representation of immigrant women in a sample from the Spanish press. *Gender Questions*, 2(1): 84-97.
- Martínez Lirola, M. y Olmos Alcaraz, A. (en prensa). Sobre menores y mujeres inmigrantes en la radio y la televisión públicas: imágenes sesgadas y ficciones mediáticas. *Tonos Digital*.
- Masanet Ripoll, E. y Ripoll Arcacia, C. (2008). La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional. *Papers*, 89, 169-185.
- Nash, M. (2000). Construcción social de la mujer extranjera. En Roque, M. A. (dir.) *Mujer y migración en el Mediterráneo occidental* (pp. 275-290). Barcelona: Icaria.
- Nash, M. (2004). *Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Nash, M. (2007). Repensar las representaciones mediáticas de las mujeres inmigrantes. *Quaderns de la Mediterrània*, 7, 59-62.
- Palmay, I., Burman, E., Chantler, K. y Kiguwa, P. (eds.) (2010). *Gender and Migrations. Feminist Interventions*. Londres/Nueva York: Zed Books.
- Parella, S. (2003). *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*. Barcelona: Anthropos.

- Pérez Grande, M. D. (2008). Mujeres inmigrantes: realidades, estereotipos y perspectivas educativas. *Revista Española de Educación Comparada*, 14, 137-175.
- Rodríguez, E. (2002). Representaciones cotidianas de la alteridad femenina. Mujeres inmigrantes y de otras culturas en la prensa española. *Arenal: Revista de historia de mujeres*, 9(1), 93-121.
- Román, M., García, A. y Álvarez, S. (2011). Tratamiento informativo de la mujer inmigrante en la prensa española. *Cuadernos de Información*, 29, 173-186.
- Sobrados, M. (2006). Mujeres inmigrantes en los medios de comunicación. En Herrero, C. (coord.) *Periodismo y Cultura. Estudios sobre Periodismo Especializado* (pp. 61-87). Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros.
- van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- van Dijk, T.A. (2001). Multidisciplinary CDA: A Plea for Diversity. En Wodak, R. y Meyer, M. (eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 95-120). Londres: Sage.
- van Dijk, T.A.(2005). *Racism and Discourse in Spain and Latin America*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- van Dijk, T.A. (2008). Reproducir el racismo: el rol de la prensa. En Checa y Olmos, F. (ed.) *La inmigración sale a la calle. Comunicación y discursos políticos sobre el discurso migratorio* (pp. 19-49). Barcelona: Icaria.
- van Dijk, T.A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- van Dijk, T.A.(2011). (ed.) *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. Londres: Routledge.
- Wodak, R. y Meyer, M. (2009). Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology. En Wodak, R. y Meyer, M. (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 1-33). Londres: Sage.
- Yuval-Davis, N. (1997). Ethnicity, Gender Relations and Multiculturalism. En Werbner, P. y Modood, T. (eds.) *Debating Cultural Hybridity. Multi-cultural Identities and Politics of Anti-Racism* (pp. 193-208). Londres: Zed Books.

Biografía

María Martínez Lirola es doctora en Filología Inglesa y Profesora Titular de Filología Inglesa de la Universidad de Alicante. Además, es Research Fellow del Departamento de Lingüística y Lenguas Modernas de la Universidad de Sudáfrica (UNISA). Ha dirigido varios proyectos de investigación sobre Análisis Crítico del Discurso e innovación educativa financiados por entidades públicas. Sus principales líneas de investigación son el Análisis Crítico del Discurso, la Gramática Sistémica Funcional y la Lingüística Aplicada.

Ha publicado alrededor de un centenar de publicaciones que incluyen libros, artículos en revistas nacionales e internacionales, capítulos de libro, ponencias en congresos, reseñas y trabajos de divulgación, además de haber creado y dirigir el grupo de investigación “Análisis Crítico del Discurso Multimodal”. Además, la profesora Martínez Lirola ha participado en congresos e impartido conferencias y seminarios en España y en decenas de países. Por otro lado, ha llevado a cabo estancias de investigación en los cinco continentes con el fin de llevar a cabo investigaciones de temática social. maria.lirola@ua.es

Una controversia pública dislocada: prostitución, trata e información de actualidad¹

A dislocated public controversy: prostitution, trafficking and news

Vanesa Saiz Echezarreta, Universidad de Castilla La Mancha

Resumen

Esta investigación mapea la controversia sobre la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en medios de comunicación digitales de España, a partir de su definición como *issue* (asunto controvertido) que se incorpora a la agenda pública. En el contexto de la esfera pública mediatizada, los medios informativos son anclajes privilegiados para la traducción de los conflictos sociales a través de *issues* como éste. Su poder deriva de su capacidad de dar forma, visibilizar y legitimar ciertas perspectivas implicadas en los *issues* (o bien, invisibilizar o menospreciar otras).

Esta investigación analizó 491 piezas publicadas sobre prostitución y trata en *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Público*, *20 Minutos*, *Periodismo Humano*, *Marca*, *Interviú*, *RTVE* y *Telemadrid* en el periodo comprendido entre 15 octubre de 2013 y el 15 de marzo de 2014. Se ha utilizado una metodología combinada de análisis de contenido, con fines exploratorio y análisis semiótico del discurso. Además se han realizado entrevistas con seis profesionales que cubren habitualmente estas informaciones.

El objetivo es indagar en el papel del periodismo en la delimitación y el desarrollo de las controversias, definidas no sólo como una situación de discrepancia, sino además de “incertidumbre compartida. Sin duda, el debate sobre la prostitución en España se caracteriza por posiciones polarizadas, que se han visto alteradas por la emergencia en la esfera pública del fenómeno de la trata. Proponemos reflexionar sobre la incidencia de los relatos informativos de actualidad en la construcción de este asunto controvertido. Mostraremos como la existencia de un relato hegemónico, que se corresponde con la perspectiva del éxito policial en la lucha contra la trata, está produciendo una controversia dislocada que impide establecer las condiciones adecuadas para que pueda desarrollarse una deliberación democrática con justicia, en la que todos los actores sean escuchados, especialmente, los más frágiles.

Palabras clave

Prostitución; esfera pública; semiótica; relatos informativos; controversia

Abstract

This investigation maps the controversy about the prostitution and human trade with sexual intentions through the digital mass media, from its definition as an “issue” incorporated in the public agenda. In the context of public influenced by the media, it is this one (the media) a good way to translate the social struggles through issues like this one. Its power is based in its capacity to create, visualize and legitimate certain perspectives involved in the issues (or hide and undervalue others).

This investigation has analyzed 491 pieces about prostitution and human trade published in El País, El Mundo, ABC, Publico, 20 minutos, Periodismo Humano, Marca, Interviú, RTVE and Telemadrid between 15th of October 2013 and 15th of March 2014. A combined methodology of content analysis, with exploring purposes,

¹ Este trabajo se enmarca en el Proyecto I+D “La construcción de los asuntos públicos en la esfera pública mediatizada. Análisis semio-etnográfico de la información”, del Grupo de Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM).

and semiotic discourse analysis has been used in this investigation. Moreover, 6 professionals, who regularly cover this information, have been interviewed.

The objective is to explore the role of the journalism in the delimitation and development of the controversies, defined them not just as a disagreement situation, but a “shared uncertainty”.

Clearly, the debate on prostitution in Spain is marked by the polarized positions, which have been modified by the rise of the “human trade” phenomenon in the public life. We propose to reflect about the impact of the current informative reports in the construction of controversial issues.

We will show how the existence of an hegemonic report that matches the perspective of police success in his fight against human trade, is producing a dislocated controversy, making impossible to set up the appropriated conditions for a democratic deliberation with justice, where all the players are heard, specially the fragile ones.

Keywords

Prostitution; public sphere; semiotics; controversy; news stories.

Introducción

Esta comunicación resume la perspectiva teórica y apunta alguna de las conclusiones de una investigación que tiene como objetivo mapear la controversia sobre la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en España a través de los medios de comunicación digitales, a partir de su definición como *issue* (asunto controvertido) incorporado a la agenda pública, a través de los relatos informativos². Para ello, se han analizado³ las noticias publicadas sobre prostitución y trata en El País, El Mundo, ABC, Público, 20 Minutos, Periodismo Humano, Marca, Interviú, RTVE y Telemadrid en el periodo comprendido entre 15 octubre de 2013 y el 15 de marzo de 2014, un total de 491 piezas.⁴ Se empleó una estrategia metodológica combinada, con técnicas cuantitativas y cualitativas, si bien la perspectiva prioritaria es el análisis

² Este trabajo se enmarca en el Proyecto I+D “La construcción de los asuntos públicos en la esfera pública mediatizada. Análisis semio-etnográfico de la información”, del Grupo de Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM).

³ Esta comunicación es parte de la investigación realizada para el Ayuntamiento de Madrid, en colaboración con la consultora Red2Red: “Estudio sobre el tratamiento publicitario e informativo de la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual en los medios de comunicación” (2014).

⁴ La distribución de noticias analizadas es la que se muestra en la tabla, para el análisis no se tuvieron en cuenta por su escasa relevancia las 3 noticias publicadas en Marca y las 7 de Interviú y el especial de Periodismo Humano se utilizó como parte de la muestra en el análisis cualitativo, pero no para la descripción muestral en términos cuantitativos:

El País	El Mundo	ABC	20 Minutos	Público	RTVE	Telemadrid	TOTAL MUESTRA
80	123	150	55	34	20	29	491

semiótico del discurso⁵. El estudio ha incluido además entrevistas con seis profesionales que cubren habitualmente esta información⁶.

La esfera pública mediatizada se articula en las sociedades contemporáneas como un espacio, un público, de carácter abierto, para el conocimiento y deliberación sobre los asuntos comunes; un territorio de mediación comunicativa entre las preocupaciones e intereses de la ciudadanía y las instituciones y representantes políticos a quienes compete tomar decisiones. En este contexto, los medios de comunicación informativos son fundamentales a la hora de seleccionar las cuestiones de interés para la sociedad en su conjunto, darles forma a través de los pseudo-relatos informativos y presentar una muestra de opiniones relevantes al respecto.

Se atribuye a la información la capacidad de posibilitar el ejercicio de la controversia pública y el control democrático del poder (Peñarín, 2014:105). Partimos de la idea de que los medios son parte de la conversación social y fijan la agenda de los asuntos que marcan nuestro presente de referencia, por ello, al analizar la representación mediática no nos ocupamos de una especie de reflejo de la realidad, ni de su correlato simbólico, sino que comprendemos los medios de comunicación como espacios de aparición y de inscripción de los sujetos sociales que actúan políticamente. Los medios se insertan en nuestra cotidianidad promoviendo la configuración de actores, identidades, deseos, cuerpos, etc. pero, como sabemos, no lo hacen de un modo unidireccional, sino generando conexiones complejas.

Partimos también del supuesto teórico y analítico de que una investigación centrada en los *issues* es pertinente para comprender las dinámicas actuales de la esfera pública mediatizada y los procesos de deliberación democrática. Conceptualizamos un

⁵ El análisis de contenido de tipo exploratorio, así como la aplicación de una ficha para el trabajo de categorización se llevó a cabo utilizando el programa informático ATLAS.TI (Versión 6.2).

⁶ Las entrevistas a periodistas, que no serán objeto de exposición en esta ponencia, se llevaron a cabo a partir de un cuestionario semiestructurado, en el que se abordaron cuestiones sobre rutinas, manejo de fuentes, consulta de documentación y formación especializada sobre prostitución y trata. Asimismo, les consultamos acerca de su opinión sobre el tipo de cobertura que se realiza sobre este asunto en los medios españoles, qué aspectos identifican como mejorables y por último, cuál es su opinión personal sobre el marco normativo y regulatorio de la prostitución en España. Entrevistamos a cuatro mujeres y dos hombres, dos eran periodistas de agencia, un periodista de radio y dos de un medio web y otro de un periódico impreso. De ellos, dos trabajaban como *freelance* y los otros cuatro eran parte de las plantillas de sus medios. Tras las entrevistas hemos identificado dos perfiles muy definidos, por un lado, tenemos a dos periodistas especializados, dedicados básicamente a cubrir asuntos sobre inmigración y con un enfoque de derechos humanos, que incluyen entre sus temas habituales la trata con fines de explotación sexual. Por otro lado, se encuentran la mayoría de los profesionales que no se consideran especialistas en la materia y que la pueden cubrir, como parte de su sección, de forma ocasional, dentro de los temas que proponen como colaboradores autónomos.

issue como un asunto que suscita y articula una controversia, es decir, se trata de un tema que al inscribirse en la esfera pública – a través de los medios de comunicación– traduce y condensa conflictos sociales en los que están involucrados diversos actores que mantienen perspectivas diferentes. El *issue* actúa como una especie de enclave, que se adapta bien a las lógicas de producción informativa, así como a las prácticas de consumo de la información de actualidad, condicionadas por las dinámicas digitales, por ejemplo, a través de las redes sociales. Esto es, cada vez más elaboramos la información, la hacemos circular y la “seguimos” conformadas como asuntos, campañas, causas, etc⁷.

Nuestro enfoque de análisis se centra, por tanto, en el *issue* (asunto controvertido) definido como lugar de encuentro y confrontación de las perspectivas de los actores implicados. Así, el poder de los medios deriva de su capacidad de dar forma, de visibilizar y legitimar ciertas perspectivas implicadas en los *issues* (o bien, invisibilizar o menospreciar otras), lo que además afectará al poder de intervención de los actores en la esfera pública que, por otro lado, nunca participan desde una posición de igualdad.

En España aunque la mayoría de las fuentes repetidas por los medios estiman que la prostitución es ejercida por entre 300.000⁸ y 400.000 mujeres⁹, los estudios científicos que tratan de aproximarse a este cálculo sitúan la cifra en menos de la mitad –en los casos de cálculos más elevados, por ejemplo para Mallorca-. En términos generales, estos estudios rebajan la cifra a un tercio (Mezo, 2009). Del mismo modo, también está siendo cuestionada la cifra atribuida al Informe del Departamento de Estado de EE.UU. sobre tráfico de personas 2013¹⁰ en el que se afirma que en España el 90% de las mujeres prostituidas están bajo el control de las redes de tráfico internacional de personas.

Sin embargo, al margen de la dificultad para llegar a un consenso sobre las cifras del fenómeno de la prostitución y de los delitos de trata, lo cierto es que la pujanza de la prostitución en España no es casual y puede relacionarse con una actitud social tolerante hacia este fenómeno, alentada, en parte, por el marco jurídico de alegalidad en el que se encuentra el trabajo sexual en nuestro país. Así, el 77,6% por las personas encuestadas

⁷ Consideramos que la articulación a través del *issue* de las lógicas informativas, es coherente con otras dinámicas del espacio social contemporáneo, como las que apuntan a las nuevas formas de acción política más centradas en las estrategias y alianzas en torno a cuestiones de interés específico, que en las grandes narrativas identitarias omnicomprendivas.

⁸ Según APRAMP.

⁹ Datos procedentes del Informe de la Ponencia sobre la Prostitución en España para la Comisión mixta de los Derechos de la Mujer y de la Igualdad de Oportunidades en las Cortes Generales (2007).

¹⁰ 2013 The Trafficking in Persons (TIP) Report en <http://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/index.htm>

por el CIS (2008) están de acuerdo en que la prostitución es un fenómeno inevitable y que debería regularizarse¹¹; además los datos del INE (2003)¹² revelaban que uno de cada cuatro españoles entre 18 y 49 años habría sido consumidor de prostitución al menos una vez en su vida. Podemos afirmar, sin riesgo a equivocarnos, que la prostitución en España es una actividad en cierta medida normalizada, se denota el fenómeno de manera global y a las mujeres que lo ejercen por el estigma asociado, sin embargo cuando el foco se traslada al consumo lo que prima es la tolerancia desde el argumento de su inevitabilidad.

Si el marco de sentido compartido remite más bien a la normalización y la tolerancia, podemos preguntarnos: ¿existe un *issue*, esto es, una controversia sobre prostitución y trata con fines de explotación sexual en los medios informativos españoles? Desde nuestro punto de vista, durante los últimos años en España –y en el contexto internacional- la identificación del fenómeno de la trata con fines de explotación sexual, y la aprobación de políticas públicas al respecto han transformado de manera radical el debate sobre la prostitución y han ayudado a que este emerja en el espacio público. Una de sus consecuencias es que actualmente ambos términos – prostitución y trata- aparecen, se piensan y discuten en el espacio público como parte de un mismo *issue* que ha logrado incorporarse como un tema estable.

Anteriormente, el debate sobre la prostitución se articulaba sobre todo en torno a cuestiones de orden moral como la libertad individual y la igualdad de género. Sin embargo, la trata incorpora a la controversia otros aspectos como el tráfico de personas y los flujos migratorios, la dimensión macroeconómica, además de presuponer un enfoque de derechos humanos, de justicia e igualdad de género y entrar en relación – aunque, desgraciadamente, todavía de modo colateral- con el marco actual de la violencia contra las mujeres.

¿Cómo se está configurando este asunto en los medios? Es un lugar común la idea de que en la información mediática se cuentan historias sobre nuestro mundo; sin embargo, conviene recordar que la noticia tipo no elabora un relato con principio y fin, sino que es a través de la lectura sucesiva de noticias sobre un tema, ya sea en el mismo medio o en otros (o en otras fuentes propias de los discursos ficcionales, políticos, etc.), como los receptores de las informaciones van reconstruyendo un relato, o más bien un

¹¹ CIS (2008). Estudio 2738. *Actitudes y prácticas sexuales*.

¹² Encuesta Nacional de Salud y Hábitos Sexuales (2003).

cuasi-relato -más o menos homogéneo- sobre un cierto acontecimiento público (Arquembourg y Lambert, 2005).

En el *issue* que nos ocupa existe un pseudo-relato de tipo hegemónico, una narración tópica que está operando en el espacio público como una guía de interpretación y orientación para el debate. Se trata del relato acerca del éxito policial contra la trata. Este relato tópico, descrito a modo de viñeta, explica cómo la Policía ha liberado a mujeres (prostitutas), probablemente menores, además de nigerianas o chinas, que estaban siendo explotadas y obligadas a ejercer la prostitución (o a prostituirse) por parte de una red que ha sido desarticulada y sus miembros detenidos. Ellas son víctimas, ellos –los de la red- detenidos o acusados, ambos comparten su condición migrante y un marco de relación que responde a un tipo de explotación económica y de violencia sexual. En esta narración, los demandantes de prostitución (clientes) siempre quedan como una figura necesaria pero básicamente ausente.

Gráfico 1. Nube léxica de los titulares de la muestra



Fuente: Elaboración propia.

La falta de definición de los procesos y de los aspectos estructurales facilita la eficacia de los clichés, las abstracciones y posibilita también una cierta economía afectiva asociada a este relato, es decir, una distribución desigual de los afectos, en la que ellas son sujetos de vergüenza, ellos los malvados delincuentes, y en frente se encuentra la valerosa policía, las instituciones y organizaciones civiles de apoyo y,

sobre todo, los solidarios ciudadanos (receptores de la noticia) que empatizan con las víctimas y se sienten orgullosos de sus fuerzas del orden (Saiz Echezarreta, en prensa).

Al margen de este relato hegemónico, dotado de una homogeneidad considerable (que se puede explicar, entre otros factores, por la estructura productiva de los medios que depende en alto grado de la información de agencias y fuentes oficiales y por el poder de los actores institucionales del Estado para fijar la agenda), localizamos otros relatos de diversa entidad: sobre el ejercicio de la prostitución voluntaria, sobre los cambios legislativos, sobre la convivencia ciudadana, sobre la actuación de los clientes famosos, etc.

Como hemos apuntado, los relatos informativos son constitutivamente transmediáticos, esto es, no se elaboran con una única fuente (medio) sino gracias a la circulación de la información de un medio a otro y de ahí al espacio de la recepción. El goteo constante de noticias, fundamentalmente, sobre desarticulación de redes de trata ha alcanzado hoy el mismo tipo de tratamiento que otros fenómenos rutinarios como los accidentes de tráfico o las víctimas de violencia de género. Esta estrategia –que garantiza la presencia de este asunto en nuestra vida cotidiana- no le resta valor, ni se trata de valorarla en términos morales, como mejor o peor, frente a otro tipo de tratamientos. Por el contrario, identificar esta dinámica, puede servir para adaptar las estrategias de intervención sobre las representaciones, si el objetivo es modificarlas y sensibilizar con ello a la ciudadanía.

Al ser fenómenos repetidos, aunque exista singularidad en cada uno de ellos, lo que importa al relato transmediático es lo que tienen de tópico; lo que, de una noticia a otra, se reitera y consolida como un lugar común, desde el que interpretar y orientar las diferentes perspectivas. Y en esta línea, lo frecuente es su tratamiento como suceso, desligado de las causas y del contexto que da origen al mismo. Pero no debe pensarse en esta condición de manera ingenua o en un sentido meramente manipulador. El periodismo representa la realidad necesariamente a través de fragmentos, en ellos aparece la singularidad a través de nombres, fechas y circunstancias específicas, pero también contienen las referencias a lo compartido, común y universal. Estos acontecimientos de rutina, aparentemente fragmentados, no pierden su atractivo noticioso porque están dotados de la capacidad de explicitar las múltiples realidades sociales que les atraviesan y que, en cierta medida, contribuyen a modelar (Leal y Carvalho, 2011).

Pese a la aparente sencillez y falta de novedad en la construcción de la mayoría de las noticias sobre prostitución, en el entramado que componen en conjunto se activan cuestiones básicas para orden sociocultural y político, acerca de la sexualidad, la moral, los mecanismos de la biopolítica, las relaciones sociales de género, la injusticia y la dominación, así como por ejemplo, sobre los límites de la actividad económica legítima. Las noticias que conforman este *issue* además de estar indicando situaciones particulares, están apuntado y orientando hacia modos de organización de la sexualidad y de las relaciones de género, proponiendo para ello imaginarios socioafectivos.

1. Controversia: el potencial integrador del disenso

Como dijimos más arriba, el *issue* es un enclave privilegiado para la investigación porque condensa una controversia pública. El concepto de controversia sirve, en primer lugar, para hablar de situaciones en las que los actores implicados, de uno u otro modo, discrepan y, en segundo lugar, y de modo más genérico, para describir una situación de “incertidumbre compartida”, es decir, en la que existe un acuerdo sobre el contexto de desacuerdo (incluso cuando se produce un distanciamiento, por ejemplo una “fría indiferencia recíproca” o desconocimiento mutuo) (Venturini, 2008). En el caso de la prostitución, podemos percibir con claridad el espacio del desacuerdo (y desencuentro) ya que, en general, las posiciones están polarizadas, sin embargo hay un espacio en el que el disenso resulta integrador: estamos de acuerdo en que no hay acuerdo, pero también en que es necesario avanzar. En otros términos, las posiciones abolicionistas no ignoran la posibilidad del ejercicio voluntario de la prostitución, y las posiciones reglamentistas no eluden la discusión sobre la trata.

“Las controversias emergen cuando las cosas que están asentadas comienzan a ser cuestionadas y discutidas” (Venturini, 2008). Cuando un asunto es controvertido significa que han dejado de ser útiles y eficaces las categorías, los marcos de sentido y las perspectivas que hasta el momento operaban al respecto y, al mismo tiempo, al emerger la polémica todavía no están disponibles simplificaciones y articulaciones válidas y legitimadas para abordar el asunto. Pensamos las controversias en un sentido procesual, dinámico, es decir, les atribuimos movimiento: pueden avanzar, estancarse, ampliarse o restringirse. Lo que está en juego en una controversia es llegar a un acuerdo sobre qué mundos se desean y los medios participarán en ello constituyendo un espacio

de aparición –e inscripción- para que los sujetos actúen políticamente en la esfera pública.

En las controversias se lucha en relación a las desigualdades sociales y esto puede suceder de modo democrático o mediante el ejercicio de la fuerza y la violencia. Cuando decidimos analizar las representaciones mediáticas como un espacio de aparición de las controversias, asumimos el principio democrático de que todos los actores implicados en ella merecen ser escuchados. Si bien, este principio no implica que defendamos que la articulación de la controversia se vaya a dirimir en términos armónicos, no presuponemos una idealización de las condiciones del diálogo, sino que consideramos que este puede tener una dimensión violenta. La fuerza en los ejercicios de poder está presente, sobre todo, en las luchas frente a las desigualdades y las injusticias, lo que no impide que existan otros modos de ejercicio de poder, por ejemplo, colaborativos.

En el asunto de la prostitución y la trata lo que se dirime es precisamente un conflicto de poder para legitimar y consolidar mundos en conflicto. Por ejemplo, el mundo de las trabajadoras del sexo frente al de las mujeres víctimas de trata; el de la prostitución callejera y el de la calle habitada por los ciudadanos cívicos; el mundo de la libertad individual sin cortapisas frente al de la intervención del estado. En este contexto de conflicto y de desigualdad, lo que hemos percibido es que, en general, el mundo de las mujeres que ejercen la prostitución como estrategia de supervivencia y desde una toma de decisión personal, condicionada –eso sí- por las circunstancias sociopolíticas y económicas injustas; el mundo de las “otras”, con toda su complejidad, ambivalencia, sufrimiento y valentía, está ausente de la controversia, tal y como esta emerge en los medios de comunicación. Consideramos que el silenciamiento, la invisibilidad y el menosprecio de ciertos mundos y modos de interpretarlos, en favor de otros como los que refleja el relato hegemónico sobre la persecución policial de la trata, son un ejercicio de poder, más aún, en cierto casos, un ejercicio de poder violento.

Las controversias responden a luchas de poder, no todos los actores tienen las mismas oportunidades. Por ejemplo, además del poder intrínseco que tiene un actor por su condición de institución pública (Administraciones, Cuerpos de Seguridad, etc.), su poder también dependerá de su capacidad para adaptarse a las rutinas periodísticas, esto es, para convocar ruedas de prensa, enviar notas, facilitar material gráfico, etc. Así, en un contexto de precariedad laboral, en el que falta personal y recursos para garantizar los estándares de calidad en la actividad periodística –por ejemplo, tiempo para hablar

con las fuentes, realizar investigación, contrastar, etc.-, los actores que cooperan con el sistema periodístico, tienen más posibilidades de ejercer el poder de controlar la agenda. Entre otras razones, la perspectiva policial es hegemónica en el relato informativo sobre la prostitución, puesto que es un actor que interviene activamente en la producción de noticias. Esta acción informativa permite aumentar su poder en el marco de la controversia, una situación que afecta al modo en que se discuten y se dirimen el conjunto de asuntos polémicos sobre la prostitución y la trata en la esfera pública.

De ahí, que defendamos la idea de que las controversias pueden ser entendidas narrativamente. Si las noticias recogen un debate y ofrecen informaciones que tienen impacto en este, por su modo de cubrirlo, por las voces y puntos de vista que movilicen, estarán avanzando a través de su relato una conclusión u otra, es decir, propondrán una solución al conflicto. En otras palabras, los relatos informativos contribuyen a conformar el debate y condicionan las opiniones y las posturas que están legitimadas – que pueden defenderse- en el espacio público, así como el peso que tiene cada una de ellas en dicho debate (Terzi y Bovet, 2005).

Conclusión

Nuestra investigación concluye que, al menos de momento, la controversia se está decantando del lado de aquellos que desean subsumir el complejo fenómeno de la prostitución a la cuestión de la trata, procurando equiparar ambas cuestiones. En gran medida, se está movilizandando la indignación frente a la trata como vulneración de derechos humanos y como actividad delictiva cometida mayoritariamente por inmigrantes, para soslayar la complejidad del debate y generar un falso consenso al respecto.

El tratamiento informativo de la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en los medios españoles se caracteriza por sus claroscuros, sus ambivalencias y sus más que evidentes limitaciones. Los medios todavía no realizan un cuestionamiento suficiente, ni contribuyen al debate sobre la prostitución de manera rigurosa y plural. Hay muchísimos aspectos que aún están invisibilizados, sin ánimo de ser exhaustivo estas son algunas cuestiones: no se trabaja con un enfoque de derechos humanos; no se relaciona la prostitución y la trata con la violencia de género; no se incorpora un enfoque económico, ni se mencionan las cuestiones de salud pública; no se explica en

qué consiste la trata, ni las dificultades para perseguirla; no se explicitan las diferencias entre los delitos de tráfico y trata, ni se aborda el recurso del asilo para las víctimas.

Por el contrario, en términos positivos, los medios han posibilitado que la ciudadanía conozca la existencia de la trata y la han categorizado como una nueva forma de esclavitud vinculada a los fenómenos migratorios. Quizá, esta sea su máxima aportación, es decir, sabemos que existe, que la policía actúa contra ella, pero eso no implica que se estén ofreciendo explicaciones que ayuden a su comprensión y fomenten la corresponsabilidad de la sociedad en su conjunto con respecto a esta forma de ejercer la violencia contra las mujeres y vulnerar sus derechos.

La construcción de este asunto en el espacio público es muy compleja y difícilmente podemos decir que esté bien resulta, porque se encuentra aquejada de indefinición, ambivalencias y planteamientos dicotómicos que colaboran en su simplificación y en el mantenimiento de la perspectiva estigmatizadora. Las líneas editoriales de los medios a este respecto son difusas y al igual que la sociedad, los medios no han resuelto cómo articular en un discurso coherente el trabajo sexual y la trata con fines de explotación sexual.

Nos parece preocupante la incapacidad de los medios para relacionar la prostitución y la trata, dos asuntos que se presentan habitualmente de manera disociada, sin explicar qué vínculos existen entre la prostitución voluntaria y la forzada, cuales son los contextos compartidos. Por el contrario, se dan dos imaginarios enfrentados y dos perspectivas diferentes al respecto. La trata suele abordarse como un suceso, una alteración del orden público, un fenómeno delictivo y marginal, algo local, cuando se trata de una problemática grave que requeriría de más recursos, espacio, análisis, preponderancia, etc. Mientras que cuando se habla de la prostitución voluntaria se tiende a presentar como algo consustancial a la cultura y desde cierto punto de vista, inevitable.

Es precisamente esta la cuestión de mayor interés para nuestra investigación, el problema de abordar una controversia dislocada. Si los medios no invitan a reflexionar sobre la prostitución como una institución patriarcal y como un fenómeno que podría llegar a desaparecer por efecto del cambio social, quizá la manera más lógica de establecer la conexión entre estas dos visiones sea pensar que la prostitución es una actividad “normal” y legítima y la trata su versión delictiva o desviada. Un cambio paradójico que estaría desplazando aún más las barreras de la conflictividad y la exclusión, porque ahora ya no se participa de la desviación social por la condición de

prostituta, sino que cabría un terreno de mayor desviación habitado por las mujeres prostituidas. ¿Podría este relato disociado sobre la trata estar contribuyendo a normativizar la prostitución como una actividad social “respetable”?

Los lectores y espectadores pueden preguntarse, ¿cómo es posible que si la prostitución es una actividad voluntaria, incluso positiva –a tenor de ciertas representaciones estereotipadas que hablan del glamour y del dinero fácil- haya tantas noticias sobre mujeres prostituidas y sobre la explotación sexual? ¿Cuál es la magnitud de este fenómeno? ¿Cuántas y quienes son unas y otras? ¿Qué tienen en común? Además, cabría preguntarse: ¿cuál es mi responsabilidad al respecto?, ¿qué puedo hacer? No se podrá conformar un espacio de debate sobre la prostitución en España y hacer avanzar la controversia sobre el mismo si la ciudadanía no tiene suficientes datos y relatos para contestar a estas preguntas. Es necesario ahondar en ellas porque sólo así es posible reflexionar y adoptar una posición en la controversia que no sólo considere el ejercicio de la prostitución en abstracto (como institución social), sino a partir de las condiciones específicas en las que esta sucede en una sociedad marcada por las desigualdades económicas, de género, étnicas, etc.

Bibliografía

- Arquembourg, J., y Lambert, F. (2005). “Présentation”. *Réseaux* 4/2005, 132, 9-23.
- Leal, B.S., Carvalho C. A. (2011). Pessoas LGBTs e aids na rotina jornalística. *Sexualidades*, 7, 1-20.
- Mezo, J. (2009). “El número grande se come al chico”, *Cuadernos de periodistas*, 18, 85-90.
- Peñamarín, C. (2014). Esfera pública y construcción del mundo común El relato dislocado. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 103-124.
- Terzi, C., y Bovet, A. (2005). “La composante narrative des controverses politiques et médiatiques. Pour une analyse praxéologique des actions et des mobilisations collectives”. *Réseaux*, 4/2005, 132, 111-132.
- Saiz Echezarreta, V. (en prensa). “Emociones y controversia pública en torno al issue prostitución y trata de personas con fines de explotación sexual” *De signis*.
- Venturinni, T (2008). “Buceando en el Magma: Cómo explorar controversias con la teoría del Actor-Red”. Recuperado de www.brunolatourenespanol.org.

Biografía

Vanesa Saiz Echezarreta es Profesora Contratada Doctora y Vicedecana de la Facultad de Periodismo de Cuenca en la UCLM. Especialista en Semiótica y Análisis Sociocultural de la Comunicación he realizado la tesis “La solidaridad espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las ONGD 1999/2009”, en la UCM. Desarrollo mi actividad docente en el área de Teoría de la comunicación y la Información, la Teoría de la Cultura y la Metodología y el Análisis en Comunicación, materias impartidas en la UCM, la Universidad Miguel de Cervantes

y la Universidad de Valladolid. Actualmente participo en un proyecto de I+D sobre Asuntos públicos y esfera pública mediatizada en el Grupo de Semiótica, Comunicación y Cultura de la UCM. He publicado artículos especializados sobre representaciones sociales y afectividad, movimientos sociales, feminismo, entre otros; así mismo, ha elaborado informes e investigaciones aplicadas para organismos públicos e instituciones privadas sobre género, opinión pública, jóvenes y empleo. Correo electrónico: saizechezarreta@yahoo.es

La prensa y los feminicidios en el Estado de México. Una agenda pendiente

The press and the feminicides in the State of Mexico. A pending agenda

Natalia Ix-Chel Vázquez González, Universidad Autónoma del Estado de México
Guillermina Díaz Pérez, Universidad Autónoma del Estado de México
Araceli Pérez Damián, Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El problema del feminicidio en México es cada vez mayor, los medios de comunicación le otorgan una importante visibilidad, siendo un tema relevante en la agenda pública. Ejemplo de ello es la creación de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), la cual permitirá que el gobierno federal declare en los estados de la república una alerta de violencia de género contra las mujeres cuando su incidencia sea tan severa que amerite su garantía; de igual forma, este marco normativo otorga la posibilidad de que algunos organismos de la sociedad civil puedan solicitarlo.

Para el caso particular del Estado de México, la Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos A. C. y el Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio solicitaron, en diciembre de 2010, una declaratoria de alerta de género para el Estado de México, en virtud del incremento de feminicidios; a pesar de que ésta no prosperó, la visibilidad del problema a través de la prensa escrita permitió que se tomará mayor conciencia de ello y, para marzo de 2011, se plantean una serie de reformas entre las que se tipifica el feminicidio en la legislación penal.

Pese a ello, el problema de los feminicidios sigue acrecentándose y los periodistas locales, encargados de cubrir este tipo de notas, no tienen mucha claridad sobre el concepto. De ahí que el presente trabajo tenga por objetivo analizar la importancia de que los periodistas puedan tener un mayor acercamiento a un periodismo para la paz en general, y un conocimiento del feminicidio en particular, en aras de lograr una mayor conciencia del problema en la sociedad.

Palabras Claves

Feminicidios; conflicto; prensa escrita; periodismo para la paz; responsabilidad del periodista

Abstract

The problem of “femicide”, in Mexico, is growing and this has gained visibility in the media, in such a way that it succeeded in placing this topic as one of the issues on the public agenda. An example of this is the creation of the Ley de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV). This law will allow the possibility of the federal Government to declare an alert of violence against women in the States of the Republic where the incidence of violence is so severe that it requires warranty; similarly, it gives possibility that civil society organizations can apply for one.

In the particular case of the State of Mexico, in December 2010, the Mexican Commission for Defense and Promotion of the Human Rights A.C. and The National Citizen Observatory of the Femicide requested a declaration of gender warning for the State of Mexico, due to the increase of femicide. Although this request did not succeed, the visibility of the problem through print media allowed a greater awareness

of this problem and, in March 2011, it raised a series of reforms that include femicide in the criminal legislation.

Despite this, on the one hand, the problem of femicide continues to grow in the State of Mexico and, on the other hand, local journalists, responsible for covering this type of notes, do not have much clarity in the concept. Hence, this study aims to analyze the importance that journalists may have a better approach to journalism for peace in general, and in particular, a knowledge of femicide in order to achieve a greater awareness of the problem in society.

Keywords

Femicide; conflict; newspapers; peace journalism; journalist responsibility.

Introducción

La presente ponencia tiene como propósito analizar la importancia de que los periodistas puedan tener un mayor acercamiento a un periodismo para la paz en general, y un conocimiento del feminicidio en particular, en aras de lograr una mayor conciencia del problema en la sociedad. Para lograrlo el documento se divide en tres apartados. En uno primero, se especifica lo que se ha de entender por feminicidio y se contextualiza su incidencia en México. En uno segundo, se reflexiona acerca de lo que se entiende por periodismo para paz. Finalmente, en uno tercero se expone el estudio de caso, que nos permitirá dar cuenta de cómo se plantea el feminicidio y si se hace o no un periodismo para la paz. En la última parte del texto, se emiten una serie de reflexiones finales generadas a partir del estudio de caso.

1. Sobre el feminicidio y la Alerta de Género en el Estado de México

El feminicidio considerado como el crimen de mujeres por su propia condición de género (Rusell, 2006) es un problema social que en México¹ se ha acrecentado. Este fenómeno es producto de diversos factores socioculturales, económicos y políticos que se desarrollan en un contexto patriarcal y misógino que contribuyen a su perpetración (Lagarde, 2005). El feminicidio se considera responsabilidad del Estado cuando éste no es capaz de garantizar los derechos humanos fundamentales de las mujeres, entre ellos la vida, la seguridad y su acceso a la justicia.

El estudio nacional sobre las fuentes orígenes y factores que producen y reproducen la violencia contra las mujeres 2006 – 2012, realizado por la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, da cuenta de que en

¹ México es una república federal, conformada por 31 estados y el Distrito Federal que es la ciudad de México, uno de los 31 estados tiene por nombre Estado de México, el cual es referido en este trabajo.

nueve estados de la República mexicana² se registran una tendencia creciente de homicidios de mujeres.

En algunos estados como Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Durango y Zacatecas el riesgo de muerte de las mujeres aumentó en más de 400% por año mientras que en otros como En los estados de Sonora, Baja California, Baja California Sur y Sinaloa el incremento alcanzó un 200 %. Este estudio además reconoce el incremento el riesgo de homicidios de mujeres en la vía pública.

Esta fuerte recurrencia de la violencia feminicida ha hecho necesaria la tipificación del feminicidio como delito, de tal manera que esta figura legal reconozca su diferencia con otras modalidades de homicidios y muestre al feminicidio como una manifestación de violencia estructural y cultural que tiene como marco el patriarcado, el machismo y la misoginia. Asimismo, en algunos estados de la República, se han creado protocolos de investigación y actuación ministerial y policial.

A pesar de estas medidas, la incidencia de la violencia feminicida sigue presentándose. Al respecto, el Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio dio a conocer el informe “Estudio de la implementación del tipo penal de feminicidio en México: Causas y consecuencias 2012 y 2013” y el reporte preliminar “Avances y retrocesos en la protección de las mujeres víctimas de la violencia familiar”. Estos estudios se basan en información de las procuradurías de justicia de los respectivos estados de la República. En el periodo comprendido entre enero de 2010 y junio de 2011 fueron víctimas de presuntos feminicidios 1,235 mujeres en el país. El estudio identificó al Estado de México entre los de mayor incidencia de delitos contra las mujeres.

En ambos estudios se detectó que la mayoría de los casos de feminicidio no se investigan como tales, pese a que en la mayoría de los estados se encuentra tipificado en sus códigos penales e incluso cuenta con un protocolo de actuación e investigación para este delito. Asimismo, se denuncia la resistencia de las autoridades para dar cifras sobre el problema, lo que se refleja en la falta de una base de datos sobre agresiones y delitos que permita conocer la magnitud del feminicidio.

En diciembre de 2010, la Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos A. C. y el Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio, solicitaron una declaratoria de alerta de género para el Estado de México en virtud del

2 Dichos estados de la República son: Chiapas, Chihuahua, Distrito Federal, Durango, Guerrero, Michoacán, Oaxaca, Sinaloa y Sonora

incremento de feminicidios en esa entidad federativa; sin embargo, por mayoría de votos el Sistema Nacional para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres rechazó esta solicitud.

El contexto político que la enmarca es particularmente álgido en virtud de que se realizó en un tiempo en que el entonces gobernador de la entidad mexiquense, era considerado por algunos estudios de opinión como el más viable candidato presidencial para el año 2012 por parte del Partido de la Revolución Institucional (PRI). Dicha solicitud fue rechazada a pesar de que las cifras de feminicidios ocurridos en la entidad eran considerables. De tal suerte que, lejos de que la prensa lo colocara en su agenda como un tema de seguridad y política social, éste fue instalado como un tema de política partidista. Afirmación anterior que se confirma con los resultados de investigación sobre la prensa nacional y la alerta de género, y con ello el feminicidio, en el Estado de México (Vázquez y Díaz, s/f), la cual tuvo como objetivo analizar los discursos políticos que se construyeron en torno a esta alerta de género en los diarios *Reforma* y *La Jornada*, ambos de circulación nacional, entre los meses de enero a marzo del 2011 (fechas posteriores a la solicitud de alerta de género).

Dentro de los resultados se encuentran dos estrategias discursivas distintas, una como problema entre partidos políticos; la otra, como un problema social y público con causas estructurales. Independientemente de la representación social que se hace, la alerta de género fue colocada en la arena política e incidió en una presión política hacia la administración pública estatal quien organizó foros de debate y formuló un paquete legal que incide en la transformación de la legislación y en nuevas políticas públicas. Es importante mencionar que con las reformas fue tipificado el feminicidio en el Estado de México y los medios de comunicación tienen conocimiento de ello (Vázquez y Díaz, s/f).

2. Periodismo para la paz

Se parte del supuesto de que los principales medios de comunicación operan reportando la guerra y la violencia. Además no solamente funcionan como catalizadores que liberan la violencia, sino que se erigen como violentos en sí mismos y se caracterizan por invisibilizar la paz. No solamente distorsionan los hechos, también incluso tienen una especialidad, el “corresponsal de guerra” o periodistas de actos violentos. Como respuesta a este escenario, Desde la investigación para la paz se

propone el periodismo de la paz, que incluye el reportero de la paz o también definido como corresponsal de paz. La función de este enfoque, tanto en medios electrónicos como impresos, es posibilitar la prevención de la violencia y la transformación no-violenta de conflictos (Galtung, 2006).

Hacer un periodismo para la paz implica identificar la formación de los conflictos, las partes, los objetivos y los asuntos, y no caer en la trampa de creer que los actores clave son aquellos que se encuentran en el lugar de la violencia. El problema no es necesariamente el que se presenta, de ahí que el conocimiento del contexto profundo es indispensable para su comprensión (Galtung, 2006).

El periodismo de la paz se enfoca en el conflicto y su transformación, si bien es cierto que existe la amenaza y la realidad de la violencia, también lo es que un conflicto no resuelto puede conducir a una cadena de venganzas. No olvidando, además, que un conflicto es también una muy clara oportunidad para el progreso humano utilizando al conflicto mismo para encontrar nuevos caminos. Sin violencia y con creatividad se consigue la paz.

Un periodismo para la paz, además de repensar cómo se construye la verdad introduce otras verdades, porque se basa en un modo diferente de reportear la violencia y el conflicto, con un enfoque centrado en su transformación y no tanto en el triunfo y la violencia. Su tarea del buen periodismo, entonces, no es sólo reflejar el mundo, sino hacerlo también transparente. El material que se presenta debe estar ahí para que el lector saque sus propias conclusiones. Las circunstancias deben ser reporteadas tanto como las consecuencias. El periodismo para la paz cuestiona que la violencia sea sinónimo de conflicto, y con ello que no exista nada por resolver o “transformar”.

En los medios convencionales, la verdadera naturaleza de un conflicto es encubierta bajo el velo de la violencia reportada, por no haber existido la capacidad de reportear cómo es que la otra parte ve el conflicto. Su visión puede tener algo de razonable, una solución, tal vez un cambio social. Pero la violencia se ha ido, y con la violencia el reporte (sus retos y riesgos) (Galtung, 2006).

Una parte fundamental del periodismo para la paz es el trabajo que se hace de una proyección en varios puntos en la cadena que conduce a eventos violentos; ello a manera de ir construyendo la democracia radical. Proyección que requiere de un diálogo informado en el que la población tiene una base para fundar sus opiniones con solidez, no solamente respecto a la que ha ocurrido, sino también en torno “a lo que puede

hacerse al respecto”. Cuando se reporta solamente la violencia, las respuestas se limitarían con facilidad a incapacitar/exterminar/encerrar a los perpetradores.

Un periodismo para la paz también reportará la violencia, sólo que no se limita a ello, sino que alcanzará más profundidad reportando las causas y efectos invisibles de la violencia sin confundir violencia con conflicto. Asimismo, trabaja no sólo con la objetividad, sino con la selección y el balance de la noticia, de tal suerte que ofrece tanto un *ethos* como una metodología para los periodistas encargados de la cobertura de conflictos (Galtung, 2006).

3. Estudio de caso: ¿Se hace periodismo para la paz?

Bajo dicho contexto, de que los medios en el Estado de México tienen conocimiento del feminicidio, podría sospecharse que los periodistas ejercen su labor con pleno conocimiento y pueden colaborar en una mayor conciencia y debate público del mismo.

Se decidió aplicar entrevistas a dos periodistas de diarios de circulación nacional (*Reforma* y *Milenio*³), pero que tienen oficina en el Estado de México para la cobertura estatal. Las periodistas deberían cubrir la parte de lo que se consideran notas rojas, donde aparecen este tipo de eventos. *Milenio* cuenta con la edición Estado de México; *Reforma*, por su parte, tiene una edición que privilegia la nota roja con cobertura del Estado de México que se denomina *Metro*. Pero sus periodistas pueden hacer cualquier tipo de nota e incluso ser publicados a nivel nacional. Ambos diarios podrían considerarse con tendencia centro derecha.

Se diseñó una entrevista a profundidad, la cual giraba en torno al conocimiento de los siguientes ejes: feminicidio, legislación, conocimiento, protocolos de cobertura, pero también sobre el tratamiento de la nota, línea editorial y la conciencia de su labor.

A partir de ello, se contactó con las periodistas⁴. Una de ellas con doce años de experiencia y la otra con cuatro años. La entrevista nos comprueba que tienen claridad sobre la violencia de género y el feminicidio. Sin embargo, la periodista que tiene mayor antigüedad ha recibido capacitación con respecto a los protocolos de actuación frente al feminicidio; capacitación impartida por dependencias gubernamentales y que le ha permitido tener conciencia del feminicidio como problema social y estructural.

³La *Jornada* no cubre nota roja.

⁴Una limitación del presente trabajo fue la imposibilidad de contactar a hombres periodistas que nos permitieran realizar la entrevista. Cabe destacar, que se han cambiado los nombres de las entrevistadas.

Yo he recibido capacitación por parte de la Procuraduría y del Tribunal Superior de Justicia con respecto a los procesos que se siguen después de declarar un feminicidio o para declarar un feminicidio como tal y cuál es el procedimiento penal al que va estar sujeto el presunto responsable. Es es muy complicado poder tratar o acotar esa distancia que hay entre la legislación y los protocolos y el tratamiento de la información (Esperanza).

Ilusión, por su parte, cuando se le consulta si debería tener alguna capacitación especial para poder cubrir este tipo de casos, ella afirma que no es necesario y que esto es una cuestión de orden de trabajo:

Sólo necesitamos estar en la misma frecuencia sobre cómo vamos a trabajar, es relativamente sencillo porque la estructura lo permite, está muy diseñada la estructura sobre cómo se van a hacer las cosas, nada más tendría que venir la decisión supongo como de arriba, que nos digan cómo se va a trabajar y yo creo que ninguna persona tendría problema (Ilusión).

Dichas visiones distintas repercuten en el ejercicio profesional que llevan día a día, mientras Esperanza tiene claridad y sensibilidad para comprender que el acto violento cometido hacia la mujer, independientemente de que lo trate discursivamente como un homicidio sin contexto y causas, es un feminicidio. A pesar de estas percepciones por parte de la periodista, las políticas del diario y los intereses de las instituciones gubernamentales no le permiten hablar del conflicto social del feminicidio y nombrarlo tal cual. Cabe destacar que si bien existe cobertura, su tratamiento periodístico es tan sólo de un acto violento que no amerita mayor seguimiento. Además se niega que es un conflicto social que está tipificado y que en teoría hay protocolos para su prevención, erradicación y sanción.

El problema no solamente está del lado del periodismo, no solamente nosotros dejamos de seguir la información para determinar que fue un feminicidio, el grave problema es la imposibilidad por parte de las autoridades para permitirnos investigar lo que sea, hay casos en los que nos han presentado este, no sólo sean homicidas seriales, sino violadores seriales... de pronto las conferencias de prensa se vuelven sarcásticas para todos nosotros, hombres y mujeres, porque las autoridades son completamente insensibles al tema, entonces, es, pues no sé, creo que calificar al medio es difícil porque no escribes específicamente lo que piensas. Creo que escribimos lo que la casa editorial te pide (Esperanza).

Para el caso de Ilusión, no ha recibido ninguna capacitación respecto a los protocolos de atención a la violencia feminicida, ni sobre las acciones que corresponde realizar a cada una de las dependencias encargadas de prevenir, erradicar y sancionar este tipo de violencia, y ello la limita en la sensibilidad y conciencia de ello. La

profesional reconoce que la empresa editorial le da línea para publicarle y no les interesa hacer evidente el feminicidio:

El que me tocó fue de una mujer como de unos 35 años que llevaba cinco días desaparecida, la encontraron aquí en Toluca. Cuando yo mande mi información, porque nos hacen mandar adelantos previos y nos califican como si estamos entrando con un buen ángulo, o más que nada para cuidar que no vaya a ver estos calificativos (como el de feminicidio) (Ilusión).

Las rutinas de trabajo y las fuentes asignadas a Esperanza por la administración del diario le permiten cubrir no sólo los actos violentos, sino también a las instituciones encargadas de realizar acciones a favor de las mujeres coadyuvando a prevenir la violencia hacia ellas. Este escenario, junto a su capacitación y experiencia profesional, le permite tener una mayor conciencia sobre este problema social; aunque la limitación para hacer de su trabajo informativo un espacio de denuncia y propuesta frente al feminicidio venga de las instituciones.

Eso significa omitir una serie de datos que seguramente nosotros podríamos investigar pero que las autoridades no nos van a dar y que a la casa editorial tampoco le interesan publicar. De este modo, creo que hay un espacio grave porque los periodistas estamos convencidos de que es un tema que necesitamos abordar de otra forma, pero que no tenemos las posibilidades para hacerlo (Esperanza).

Por su parte, Ilusión asume que su trabajo como periodista es cumplir con las normas del diario reconociendo que éstas pueden estar determinadas por las relaciones que guardan los medios informativos con las instituciones gubernamentales; por ello mismo, no es necesario investigar. De igual manera, supone, por una parte, que los periodistas no conocen sobre el feminicidio; por otra, que desde las instituciones no hay una preocupación real del mismo.

Creo que todavía no ha sido tan aceptado el término o tan utilizado y más bien, para no entrar en conflicto, porque nosotros no podemos denominar éste como, un hecho porque lo que nos dices es que no somos ministerio público ni peritos, entonces nosotros no tenemos el poder de decir esto es un feminicidio o no lo es, entonces más bien se publica, se da la información (Ilusión).

A partir de ello, se puede suponer entonces, que el periodismo para la paz surge de las líneas editoriales de la empresa periodística, en las cuales juega un papel importante la conciencia del periodista y su capacidad de plantear diversas verdades, partiendo que la violencia es resultado de un conflicto no resuelto y no al contrario.

Tengo claridad de la importancia de difundir información que pueda servir como herramienta para que las personas tomen estas precauciones o se

reconozcan en los casos de riesgo [...] sin embargo, creo que hay una gran carencia de cultura de información, de criterio entre quienes cubrimos la fuente específicamente de nota roja... olvidamos que las personas que mueren o de quienes estamos haciendo una nota tienen familia y pueden tener una consecuencia mayor a que solamente digamos que fueron asesinadas de tal o cual forma o por un sujeto cercano, [...] no estamos haciendo notas para informar, como sería nuestro papel principal como medio de comunicación, estamos haciendo notas para llenar espacios o estamos haciendo notas de competencia a ver quién es más sangriento [...] esa sería la transformación que se hace no necesaria, sino urgente en el medio. Si no tenemos la conciencia de que nosotros somos los responsables o de que podemos aportar este eslabón entre ser una víctima de feminicidio o ser una víctima de la violencia y poder resultar en un feminicidio a desconocer por completo cuáles son tus derechos y las autoridades a las que puede recurrir para prevenir y eso sería lo principal [...] programas de información que nos expliquen específicamente cómo debe abordarse el tema porque la muerte de una persona por su condición de género es todavía más grave que decir que hay violencia (Esperanza).

Ilusión, por su parte no manifestó ningún tipo de conciencia o responsabilidad que se tiene profesionalmente para incidir en la realidad social.

Conclusiones

El periodismo para la paz tendría que trabajar sobre los conflictos y no así quedarse con los actos violentos descontextualizados. Lo que ocurre con el feminicidio es que se reporta el acto violento y nunca se presenta como un acto de feminicidio. Ejemplo de ello, es que ambas reporteras reconocen que el tratamiento de la noticia se queda en mera descripción de un acto violento cometido hacia la mujer, pero no se habla de feminicidio.

El tratamiento de la noticia repercute en las construcciones sociales que se hace del conflicto, en este caso, lo que se cubre es un acto de violencia perpetrado hacia la mujer, y su cobertura finaliza cuando el acto violento termina, es decir, no hay proceso de investigación. Por supuesto, que las consecuencias de nombrar sólo la violencia sin contexto y sin consecuencia hace que se invisibilice el feminicidio.

Aunque una de las periodistas tiene conciencia de su papel, son los poderes fácticos los que limitan su actuación en el tratamiento de la nota. Se reconoce que se necesita mayor educación y capacitación para un periodismo para la paz o por lo menos uno más crítico.

Bibliografía

- Galtung, J., Lynch, J. y Mc. Goldrik, A. (2006). *Reporteando conflictos. Una introducción al periodismo de la paz*. México: Montiel y Soriano editores.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio (2014). Informe: Estudio de la implementación del tipo penal de femicidio en México: causas y consecuencias 2012 y 2013. México: Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio. Recuperado de <http://observatoriofemicidiomexico.org.mx/services-view/informe-estudio-de-la-implementacion-del-tipo-penal-de-femicidio-en-mexicocausas-y-consecuencias-2012-y-2013/>
- Riquer Fernández F. y Castro, R. (coord) (2012). *Estudio Nacional sobre las Fuentes Orígenes y Factores que Producen y Reproducen la Violencia Contra las Mujeres 2006 – 2012*. México: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.
- Russell, D. y Harnes, R. (2006). *Femicidio: una perspectiva global*. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Vázquez González, N. y Díaz Pérez, G. (s/f). La alerta de género en el Estado de México: una mirada desde la agenda mediática, en P. Barraza, P. y Manjarrez, D. (coords.) *Evaluación de los programas públicos para el desarrollo y empoderamiento de las mujeres en México, violencia de género y políticas públicas*. México: UACJ – CONACYT. En prensa.

Agradecimientos

A Esperanza e Ilusión que nos permitieron adentrarnos a su actividad profesional.

Biografía

Natalia Ix-Chel Vázquez González es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad Jaume I de Castellón, España, realizó estudios de Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo en la Universidad Jaume I de Castellón España, ha publicado diversos artículos y capítulos de libros relacionados con temas de paz y educación para la paz. Correo electrónico: nataliaix@yahoo.com

Guillermina Díaz Pérez es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México, Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México. Ha publicado diversos artículos y capítulos de libros relacionados con temas de paz, políticas públicas y género. Correo electrónico: Diaz.guillermina@yahoo.com.mx

Araceli Pérez Damián es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México, Licenciada en Filosofía por la misma Universidad. Ha publicado diversos

capítulos de libros relacionados con temas de paz y vejez. Correo electrónico:
Aracelidamian03@hotmail.com

Movimientos sociales y medios de comunicación: La experiencia de los okupas de Barcelona en los 90

Social movements and media: the experience of Barcelona squatters in the nineties

Helena Domínguez García, Universidade de Santiago de Compostela

Resumen

Desde su aparición a mediados de los ochenta, el movimiento okupa de Barcelona ha experimentado en el campo de la comunicación con la creación y el sostenimiento de medios autogestionados. Este tipo de práctica comunicativa recibe el nombre de ‘mediactivismo’, un concepto que aunque es relativamente nuevo, hace referencia a una actividad muy extendida y con hondas raíces históricas en los movimientos sociales: transmitir ideas de cambio a través de canales y formatos alternativos.

Aunque muchos estudios recientes de la comunicación asocian el mediactivismo a la irrupción de Internet en las acciones de los movimientos sociales, lo cierto es que no se necesitan sofisticadas tecnologías para crear proyectos mediáticos independientes de los poderes. Las experiencias de comunicación que describimos en este trabajo surgieron como formatos impresos rudimentarios, como el fanzine y el boletín mural.

¿Pero cuáles han sido los factores que han empujado al movimiento okupa a crear sus propios medios de comunicación? ¿Influyeron, de alguna manera, las relaciones de los activistas con los medios de comunicación de masas? ¿Qué características presentan los medios de los movimientos sociales?

Para dar respuesta a estas preguntas nos introducimos en el ambiente social, político y comunicativo que rodeó al movimiento okupa de Barcelona durante las décadas de los 80 y los 90. Los resultados de la investigación se sustentan en la recolección de datos empíricos en la ciudad de Barcelona en un período temporal que se extendió desde finales del año 2008 hasta mediados de 2010. El trabajo de campo incluyó la realización de doce entrevistas, la revisión de fuentes documentales y la propia observación del fenómeno okupa en su escenario real.

En general, el movimiento okupa se ha destacado por su dinamismo e implicación en la práctica del activismo mediático. Los proyectos que ha impulsado partieron de una reflexión crítica sobre la labor de los medios de comunicación de masas, lo que no quiere decir que sean mejores que éstos. Se trata, simplemente, de medios diferentes.

Palabras clave

Okupas; mediactivismo; movimientos sociales; comunicación alternativa; medios de los movimientos sociales.

Abstract

Since its emergence in the mid-eighties, Barcelona squatting movement has experienced in the field of communication by creating and sustaining self-managed media. This kind of communicative practice is called “mediaactivism”, a concept that, though it is relatively new, refers to a widespread activity with deep historical roots in social movements: convey ideas for social change through alternative channels and formats.

Many recent researches in Communication associate mediactivism to the emergence of the Internet in the actions of social movements, however, the fact is that sophisticated technologies are not needed to create media projects independent from powers. The communication experiences we describe in this paper emerged as rudimentary print formats, like fanzine and wall newspapers.

But, what were the factors that have pushed the squatting movement to create their own media? Relations of activists with mainstream media had, somehow, an influence? What are the characteristics mass social movements?

To answer these questions, we introduced into the social, political and communicative atmosphere surrounding the squatting movement in Barcelona during the 1980s and 1990s. The results of the research are based on empirical data collection in the city of Barcelona in a time period which lasted from late 2008 until mid-2010. The field work included making twelve interviews, review of documentary sources and observation of the squatting phenomenon in its real scenario.

In general, the squatting movement has been noted for its dynamism and involvement in the practice of media activism. Projects driven by activists departed from a critical reflection on the work of the mass media, which does not mean they are better than these. They are simply different media.

Keywords

Squatters; mediactivism; social movements; alternative communication; social movements' media.

Introducción

Desde su aparición a mediados de los ochenta, el movimiento okupa de Barcelona ha experimentado en el campo de la comunicación con la creación y el sostenimiento de medios autogestionados. Este tipo de práctica alcanzó su punto álgido a finales de los años 90, con el lanzamiento de varios medios impresos y la formación de una red de activistas que se propusieron la creación de un proyecto colectivo de contrainformación al servicio de los movimientos sociales.

Aunque la experiencia que describimos es previa a la generalización de Internet, estamos ante una práctica de ‘mediactivismo’ que sitúa la producción alternativa de medios de comunicación en un lugar destacado del repertorio de protestas de los movimientos sociales.

Los estudios recientes de la Comunicación asocian el mediactivismo a la irrupción de Internet. Pero lo cierto es que a lo largo de la historia, los movimientos sociales se las han ingeniado para tejer redes de colaboración y desarrollar canales de comunicación independientes de los poderes, con las técnicas disponibles.

Pero ¿Cuáles fueron los factores que impulsaron al movimiento okupa a crear sus propios medios? ¿Cómo afectó el contexto social? ¿Influyeron, de alguna manera, las relaciones de los activistas con los medios de comunicación de masas? ¿Qué tipo de medios propios crearon? ¿Podemos hablar de una forma de comunicar propia de los movimientos sociales?

Para dar respuesta a estas preguntas, nos introducimos en el ambiente social, político y comunicativo que rodeó al movimiento okupa de Barcelona durante las décadas de los 80 y los 90. Nos interesa conocer qué motivaciones llevaron a los okupas a apropiarse de los medios, qué características presentaban sus proyectos y cuál era la relación con la prensa dominante de su entorno.

1. Marco teórico: movimientos sociales y medios

Este trabajo se sitúa en el área de los Movimientos sociales y la Comunicación, dos esferas de conocimiento estrechamente relacionadas. Así, las diferentes teorías de la acción colectiva consideran el impacto de los medios y la comunicación en los movimientos sociales. Y del mismo modo, en las teorías de la comunicación de masas pueden encontrarse referencias directas o indirectas a los movimientos sociales (Candón Mena, 2011).

Para examinar la literatura académica, proponemos una aproximación que distinga, por una parte, el estudio de los movimientos sociales y los medios de comunicación de masas dominantes; y por otra, el análisis de las propias manifestaciones comunicativas de los movimientos sociales, tomando como referencia contribuciones de tres tradiciones culturales: la europea, la norteamericana y la latinoamericana.

En el ámbito de estudio de los movimientos y los medios de comunicación, los investigadores se han interesado, entre otras cuestiones, por las dificultades de los movimientos para acceder a los medios (Molotoch y Lester, 1974), por la representación mediática (Gitlin, 1980; León, Burch y Tamayo, 2005) y por las estrategias y reacciones de los movimientos ante los *media* (Rucht, 2004). En general, la literatura muestra una relación asimétrica, en la que los movimientos sociales necesitan de los medios más que éstos de los activistas.

En la corriente que se ocupa de la praxis comunicativa de los movimientos sociales, algunos de los problemas teóricos más prolíficos han sido el debate conceptual sobre la forma de denominar los *media* de los movimientos sociales (Downing 2010, Hadl, 2007; Rodríguez, 2004) y los usos e impactos de Internet (Cammaerts 2007; Della Porta y Mosca, 2005).

Los medios de los movimientos sociales son tan heterogéneos como los propios agentes sociales que los impulsan. Por lo tanto, cualquier propuesta teórica de

sistematización de las características de este tipo de medios tropieza con una realidad cambiante, en la que, además, entran en juego diferencias históricas y culturales. Las recopilaciones de experiencias (Downing, 2001; Blisset y Brünzels, 2006) muestran un panorama diverso, y también el hecho de que cualquier acción comunicativa, un simple *grafitti*, puede generar significados alternativos a los dominantes. En esta tesitura, buena parte de los intentos de caracterizar los *media* producidos por los actores colectivos se han desarrollado en oposición a lo dominante, es decir, enfrentando los medios del sistema privado-comercial y público-estatal a “los otros medios”, y señalando sus diferencias.

En todo caso, desde una perspectiva europea, se constata una evolución en el tipo de medios a los que ha recurrido en mayor medida los movimientos sociales. Los periódicos estudiantiles de la izquierda de los 60 dieron paso a los vídeos y las radios libres de las siguientes décadas, y luego a las comunicaciones a través de la red en los 90 (Rucht, 2004). Para el contexto español, se distinguen dos etapas (López y Roig, 2006). La primera, en los ochenta, estuvo protagonizada por movimientos anarquistas y punk, que crearon radios libres y fanzines con contenidos en clave de denuncia y referencias locales. Y la segunda, a mediados de los noventa, se caracterizó por la influencia de los movimientos antineoliberales, que crearon contenidos con referencias internacionales y utilizaron Internet como tecnología dominante.

La aparición de Internet suele ser la línea que marca la división entre diferentes formas de comunicación de los activistas. De hecho, se considera que el mediactivismo apareció con la red y la transnacionalización de los movimientos (Pasquinelli, 2002). No obstante, si entendemos el activismo mediático como una forma de acción de los movimientos sociales específica del campo comunicativo, el fenómeno emerge como una práctica que ha acompañado a los movimientos en diferentes contextos históricos y geográficos.

Así las cosas, las periodizaciones mencionadas tienen la utilidad de subrayar el dinamismo de la praxis mediática de los movimientos sociales en el transcurrir del tiempo, pero cabe recordar que las diferentes tecnologías se han superpuesto y que los activistas utilizan una u otra, o varias a la vez, según las circunstancias y los públicos a los que se dirijan. De hecho, el movimiento okupa de Barcelona continúa generando en el siglo XXI una gran cantidad de comunicaciones en papel.

2. Metodología

A través de una metodología cualitativa abordamos el estudio de la comunicación del movimiento okupa desde una doble perspectiva. Por una parte, analizamos la representación mediática del movimiento y su relación con la prensa hegemónica a través de una selección de eventos clave. Y por otra, exploramos los medios de comunicación del movimiento para conocer los factores que intervinieron en su génesis, así como sus fórmulas de organización, financiación y distribución. También hemos rastreado temáticas recurrentes y referencias a los medios de comunicación dominantes en el discurso.

La investigación se desarrolló desde finales de 2008 hasta mediados de 2010 en Barcelona y se apoyó en tres técnicas de recolección de datos, la entrevista no estructurada, la revisión documental y la observación. Así, se realizaron una docena de entrevistas a activistas que participaron en los medios del movimiento okupa.

En cuanto a la revisión documental, recurrimos a dos tipos de fuentes hemerográficas, la prensa diaria convencional y la prensa alternativa. En el primer grupo incluimos *La Vanguardia* y *El Periódico*, los dos diarios de referencia en Barcelona, y en el segundo, *Zitzània*, *La Burxa*, *Usurpa*, *Info Usurpa* y *Contra-Infos*. También se efectuó un seguimiento de webs y blogs especializados en okupación.

La investigación se completó con la observación del fenómeno okupa en su escenario real, incluyendo el registro fotográfico, la visita a centros sociales y la asistencia a eventos. Los datos obtenidos de las diferentes fuentes fueron contrastados con el objetivo de evitar errores de interpretación.

3. Okupación y medios de comunicación

3.1 La primera portada de prensa

El colectivo Squat fue un grupo pionero de jóvenes activistas que comenzó a actuar en Barcelona en los ochenta, inspirándose en la experiencia de los okupas europeos. El colectivo realizó únicamente dos okupaciones, la primera en diciembre de 1984 en el barrio de Gràcia, y la segunda y última, en marzo de 1985, en el barrio de Vallcarca. Ambas okupaciones fueron desalojadas rápidamente por la policía, pero recibieron una amplia repercusión mediática que contribuyó a divulgar una práctica social desconocida en la época.

Los activistas fueron conscientes desde un principio de que la presencia en los medios de comunicación de masas era necesaria para recabar apoyo social. La primera okupación duró unas horas y tuvo lugar en la noche del 7 diciembre de 1984, en un inmueble abandonado de la calle Torrent de l'Olla. Así, al día siguiente del desalojo, el colectivo organizó una rueda de prensa para presentarse en sociedad, criticar la actuación policial y denunciar el encarecimiento de los alquileres.

“Nacen en Barcelona los ‘ocupa-pisos’” (“Nacen”, 1984, diciembre 9) destacó *El Periódico* con grandes titulares en portada. Por su parte, el diario *La Vanguardia* fue más escueto, pero también se hizo eco de los hechos en una breve noticia en páginas interiores titulada “Barcelona: los ocupantes de una casa en Gràcia, en libertad” (“Barcelona”, 1984, diciembre 10). Nótese que por entonces todavía no se utilizaba la palabra “okupa”, estaba naciendo un fenómeno para el que todavía no tenían nombre ni los medios de comunicación, ni los propios activistas, que recurrían a la terminología inglesa para autodenominarse.

Una vez pasada la novedad, los medios de comunicación no prestaron demasiada atención al incipiente movimiento okupa de Barcelona. Y los activistas mantuvieron contactos cordiales con los periodistas. El punto de inflexión en la relación se produjo en 1996, con la ilegalización de la okupación y la cobertura mediática del desalojo del Cine Princesa.

3.2 El descontento con la representación mediática

El cine Princesa fue un centro social ubicado en la céntrica Vía Laietana, que permaneció okupado durante siete meses. En la época, constituía una de las okupaciones más emblemáticas, por las amplias dimensiones del inmueble y por la intensa programación de actividades que acogía. El desalojo del cine¹ se produjo en la madrugada del 28 de octubre de 1996, unos meses después de la ilegalización de la okupación, y en medio de un inusitado y espectacular despliegue policial. Los activistas se negaron a abandonar la casa y resistieron durante horas el asedio de las fuerzas de seguridad.

Los acontecimientos fueron noticia durante varios días en los medios de comunicación masivos. El movimiento okupa aumentó así su visibilidad, pero lo hizo

¹ Para más detalles sobre el desalojo del cine, ver el documental: Royo, Octavi y P. Ferré, Ignasi (2005): *Okupa, crónica de una lucha social* [vídeo]. Barcelona: Nous Projectes Audiovisuals.

enmarcado en imágenes violentas y un lenguaje bélico que oscurecieron el fondo social y político del fenómeno.

La indignación causada por la representación mediática del desalojo quedó plasmada en la literatura generada por el movimiento en los años siguientes. Y lo que es más importante, incorporó definitivamente a los medios de comunicación dominantes al grupo de antagonistas de los movimientos sociales. Un caso paradigmático fue la campaña ‘Trenquem el silenci’, que denunciaba el silenciamiento de diversos problemas sociales. Uno de los ejes de la protesta fueron los medios de comunicación. Por un lado, los medios de contrainformación próximos al ámbito okupa pusieron en marcha una campaña de promoción, presentándose como alternativa a los medios del poder. Y por otro lado, el ataque a las instituciones mediáticas traspasó el nivel del discurso con el lanzamiento de pintura a la fachada de *La Vanguardia*, para denunciar “la criminalització de certs moviments socials” (“Trenquem”, 1999).

¿Estaban fundadas las quejas con respecto a la cobertura de los medios? El Consell de la Informació de Catalunya, dependiente del Col.legi de Periodistes, constató que la prensa mostraba “una certa crispació envers el moviment okupa” (Consell de la Informació de Catalunya, 1999), en un informe oficial elaborado a raíz de varias reclamaciones ciudadanas sobre la cobertura de una manifestación en Sants.

Sin embargo, no se puede afirmar que exista intención de desacreditar sistemáticamente al movimiento okupa en todos los medios y casos. En el contexto de Madrid, un estudio (Alcalde, 2004) de las noticias publicadas en el diario *El País* entre 1985 y 2002, mostró que la cobertura depende del periodista, de su jefe de sección, de que se prevean alteraciones del orden público y del apoyo social que reciban los activistas. Además, comprobamos que los activistas de Barcelona continuaron recurriendo a la colaboración de los medios convencionales, especialmente en situaciones de amenaza de desalojo.

4. Los medios del movimiento okupa

4.1 Del fanzine *Usurpa* al mural *Info Usurpa*

El recorrido histórico de esta sección se inicia con el lanzamiento de la primera publicación periódica oficial del movimiento okupa de Barcelona, denominada *Usurpa*. Ello no significa que no existiesen con anterioridad medios alternativos vinculados a la okupación. Ya a finales de los ochenta, se conformó en torno a las primeras

okupaciones un pequeño mercado cultural, con la distribución comercial de fanzines y casetes musicales ‘pro squat’.

Los orígenes del fanzine *Usurpa* se remontan a 1996, en un período marcado por la reforma del Código Penal y la penalización de la okupación. De hecho, la cabecera toma su nombre de la figura legal “usurpa”, introducida en la nueva ley. El cambio en la situación legal de los activistas desencadenó una oleada de protestas, desalojos y nuevas okupaciones; y también una intensa actividad mediática, que se plasmó en el lanzamiento de varias publicaciones entre los años 1996 y 1998.

La tipificación como delito de la okupación y la consecuente política represora impulsó una cierta organización del movimiento, que lanzó su primera publicación bajo el amparo de la Asamblea de Okupas de Barcelona, *Usurpa*. El fanzine se publicó con periodicidad regular durante su primer año de vida, posteriormente quedó interrumpido y resurgió en 1998 con una última entrega, en la que hacía un llamamiento a los movimientos sociales para reforzar la contrainformación.

En aquel momento, comenzaba a tomar forma un nuevo proyecto en respuesta a la expansión de los centros sociales okupados que se estaba produciendo en la ciudad. A comienzos de 1998 aparecía el boletín mural *Info Usurpa*, concebido como una agenda impresa de protestas y actividades alternativas, destinada a ser exhibida en las fachadas de los centros sociales. Esta fórmula contribuyó a dar visibilidad en las calles a reivindicaciones sociales y modos de vida que permanecían recluidos en circuitos marginales, al tiempo que permitió conectar con un público potencial amplio sin necesidad de imprimir un número elevado de copias.

Por otra parte, el movimiento se organizó para lograr una difusión eficaz. La distribución de las copias impresas se colectivizó y se centralizó en un único centro social, al que acudían los activistas para recoger los murales y exhibirlos en sus respectivos barrios. Además, la disponibilidad de Internet permitió ampliar el alcance del boletín, que comenzó a publicar sus contenidos en webs especializadas.

Unos meses después del lanzamiento de *Info Usurpa*, aparecían los fanzines *Zitzània* y *La Burxa*, en reacción a la demolición de varias okupaciones emblemáticas de Barcelona y L'Hospitalet. Ambos nacieron en un contexto de emergencia, con la intención de contestar el discurso de los medios de masas y la clara conciencia de servir a los movimientos sociales, y ambos acabarían convergiendo, junto con *Info Usurpa*, en la puesta en marcha de una propuesta mediática más ambiciosa.

4.2 *Contra-Infos*, desde y para los movimientos

A finales de la década de los 90 se había creado en Barcelona un conglomerado de medios alternativos, que propició la formación de una red de activistas especializados en la comunicación. Los mismos redactores participaban en varios medios a la vez o pasaban de un proyecto a otro, formando un entramado de nodos interconectados capaz de compartir sinergias y establecer alianzas. Un grupo de medios, entre los que se encontraban *Zitzània*, *La Burxa*, *Usurpa* y *RàdioBronka*, llegó a un acuerdo para crear un nuevo proyecto colectivo de comunicación, que se materializó en el boletín mural *Contra-Infos*². Tal y como refleja el número inaugural, su intención era crear un canal de comunicación de los movimientos sociales, al margen de “los medios oficiales” (“Salut”, 1998, junio). No obstante, según se desprende de la lectura de los primeros números, los activistas se encontraron con dificultades para conseguir información de su entorno, ya que los propios movimientos sociales primaban el contacto con la prensa convencional, en busca de mayor eco para sus acciones.

Contra-Infos se inspiró en la experiencia anterior de *Info Usurpa* y adoptó la forma de mural impreso para fijar sobre las paredes del espacio urbano. También se sirvió de la red de distribuidores que había sido creada para difundir *Info Usurpa*. De esta manera, era habitual ver expuestos en la calle ambos murales juntos. Además, *Contra-Infos* se ofrecía en versión digital en Internet.

El proyecto logró consolidarse y se publicó con periodicidad regular hasta finales de 2010. En cuanto a *La Burxa* e *Info Usurpa*, continúan editándose en la actualidad. El fanzine *Zitzània* desapareció tras cuatro números, al implicarse sus promotores directamente en la producción de *Contra-Infos*.

4.3 Caracterizando los medios okupas

Las experiencias de comunicación que hemos descrito tienen en común varios aspectos, que también podemos hallar en otros medios de los movimientos sociales:

- El sostenimiento se basó en la autogestión. La financiación se obtuvo de la organización de fiestas y diversas actividades. Las condiciones de

² Para más detalles sobre el origen de este medio, consultar: Zitzània Colectivo (2000). La contrainformación, una alternativa a los medios de comunicación de masas. En Asamblea de Okupas de Terrassa (Comp.), *Okupación, represión y movimientos sociales* (pp. 125-134). Madrid: Diatriba y Traficantes de Sueños.

precariedad obligaron a los participantes a lanzar continuos llamamientos a la colaboración económica.

- Los equipos de trabajo se nutrieron de activistas de los movimientos sociales. La participación se vio reforzada por las relaciones personales de afinidad que se forjaron en torno a los proyectos mediáticos. Por otra parte, se constató una gran movilidad en los participantes de los medios, cuya composición se fue renovando con los años. Este relevo no se percibía en las cabeceras, que carecían de organigramas o portavoces identificables.
- La prensa okupa favoreció la reflexión crítica sobre la labor de los medios de masas, al tiempo que se erigió en plataforma de autopromoción de los medios de los movimientos sociales.
- Otro rasgo destacable de la forma de trabajar es que no se pretendía la objetividad, sino posicionarse ante los hechos que relataban.

Aparte de estas características, los medios vinculados a la okupación presentan rasgos genuinos, como su intrincación en los centros sociales okupados. Tal y como se observó en Barcelona, los centros sociales dotaron a los activistas de recursos y espacio para desarrollar sus actividades, y sirvieron de centros de distribución y proyección.

Conclusiones

Como hemos visto, en la génesis de la prensa okupa de Barcelona intervinieron múltiples parámetros. En primer lugar, factores de la estructura de oportunidades políticas: el cambio en la situación legal de los activistas y la consecuente política represora generó en el movimiento la necesidad de alzar la voz. Al mismo tiempo, el descontento con la cobertura de los medios de comunicación dominantes reafirmó a los activistas en su decisión de disponer de sus propios medios de comunicación.

El movimiento okupa reaccionó al discurso de los medios adoptando una posición ambivalente. Por una parte, mostró una crítica explícita hacia la prensa dominante y, en ocasiones, la convirtió en blanco de sus iras. Pero por otra, fue consciente de que una representación favorable podía contribuir a generar un mayor apoyo social hacia su causa y mantuvo los contactos. Las razones para optar por una u otra estrategia habrá que buscarlas en cada caso concreto, dependiendo de las circunstancias tanto de los activistas como de los periodistas.

De todas maneras, nos parece que los medios de masas y el movimiento okupa están condenados, salvo excepciones, al desencuentro, teniendo en cuenta que los primeros suelen estar sometidos a los mismos intereses políticos y económicos que tratan de combatir los segundos.

Los medios alternativos presentan especificidades frente a los medios convencionales. Una de ellas es que surgieron en el seno de los movimientos sociales para los movimientos sociales. Nacieron al margen de cualquier empresa, partido político u organismo de la administración y carecen de fines comerciales.

Las diferencias también se hacen explícitas en los contenidos, que dan cabida a grupos sociales que no encuentran su lugar en los medios masivos; y en su organización y objetivos, que son un reflejo de los comportamientos y valores de los propios movimientos. No obstante, tal y como señalan algunos autores, medios hegemónicos y alternativos pueden llegar a influenciarse mutuamente (Atton, 2002), de manera que demandas que hoy sólo se hacen visibles en los medios alternativos pueden terminar siendo abanderadas por los medios masivos en determinado momento.

En el período estudiado, asistimos a una experiencia de mediactivismo previa a la generalización de Internet. El lanzamiento de publicaciones centradas en las preocupaciones del movimiento okupa sirvió de campo de ensayo para la gestación de otros proyectos que trascendían la okupación y pretendían servir a los movimientos sociales. En torno a estos proyectos, los activistas construyeron a escala urbana redes sociales de apoyo, sin necesidad de disponer de un espacio virtual de referencia. En su lugar, los centros sociales actuaron como lugares de encuentro, discusión y catalización de la acción mediática.

Ciertos fenómenos que podrían parecer nuevos quizás no lo son tanto y para comprenderlo es necesario echar la vista atrás y relativizar el impacto de los dispositivos tecnológicos. Al fin y al cabo, la comunicación alternativa la hacen las personas, no la tecnología.

Bibliografía

- Alcalde V. (2004). La batalla de los medios: la definición de la problemática okupa en los medios de comunicación de masas. En Adell Argilés, R. y Martínez López, M. (Coord.), *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales* (pp. 227-266). Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Atton, C. (2002). News cultures and new social movements: radical journalism and the mainstream media. *Journalism Studies*, 3(4), 491-505.

- Blisset, L. y Brünzels, S. (2006): *Manual de guerrilla de comunicación*. Barcelona: Virus.
- Cammaerts, B. (2007). Media and communication strategies of glocalized activists: beyond media-centric thinking. In Cammaerts, B. y Carpentier, N. (Eds.), *Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles* (pp. 265-288). European Communication Research & Education Association (ECREA). UK: Intellect Books.
- Candón Mena, J.I.o (2011). *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/12085>
- Della Porta, D. y Mosca, L.(2005). Global-net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements. *Journal of Public Policy*, 25, 165-190.
- Downing, J. (2001). *Radical media. Rebellious communication and Social Movements*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Downing, J. (2010). *Nanomedios de comunicación: ¿medios de comunicación comunitarios? ¿o de red? ¿o de movimientos sociales? ¿Qué importancia tienen? ¿Y su denominación?.* Conferencia Medios comunitarios, movimientos sociales y redes. Barcelona: Cátedra Unesco de Comunicación InCom-UAB. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010_DOWNING_NANOMEDIOS%20DE%20COMUNICACION.pdf
- Gitlin T. (1980). *The Whole World is Watching. Mass media in the making & unmaking of the new left*.Oakland: University of California Press.
- Hadl, G. (2007). Alternative Media? Community Media? Unpacking approaches to media by, for and of the people. *Working paper series, Centre for International Communications Research*.
Recuperado de <http://ics.leeds.ac.uk/papers/cicr/exhibits/45/hadl.pdf>
- León, O., Burch, S., y Tamayo, E. (2005). *Movimientos sociales y comunicación*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información. Recuperado de http://alainet.org/publica/movcom/mov_soc_com.pdf
- Molotoch, H. y Lester, M. (1974). News as purposive behaviour: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. *American Sociological Review*, 39, 101-112.
- Pasquinelli, M (2002). *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*. Roma: Derive Approdi. Recuperado de http://matteopasquinelli.com/docs/Pasquinelli_Media_Activism_cas.pdf
- Rodríguez, C. (2004). The Renaissance of Citizens Media. *Media Development*, 2. Recuperado de <http://www.waccglobal.org/es/20042-citizenship-identity-media/506-Therenaissanceofcitizens-media.html>
- Rucht, D. (2004). The Quadruple A. Media strategies of protest movements since the 1960s. Van de Donk, W., Loader, B., Nixon, P. y Dieter, R. (Eds.), *Cyberprotest: new media, citizens and social movements* (pp. 29-56). UK: Routledge.
- Zitzània Colectivo (2000). La contrainformación, una alternativa a los medios de comunicación de masas. En Asamblea de Okupas de Terrassa (Comp.), *Okupación, represión y movimientos sociales* (pp. 125-134). Madrid: Diatriba y Traficantes de Sueños.

Artículos de prensa citados

Barcelona: los ocupantes de una casa de Gràcia, en libertad (1984, diciembre 10). *La Vanguardia*, p. 14. Recuperado en diciembre de 2014 de: <http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/1984/12/10/pagina-14/32842338/pdf.html>

Nacen en Barcelona los “ocupa-pisos” (1984, diciembre 9). *El Periódico*, p. 1. Salut! Aquest és el primer número (1998, junio). *Contra-Infos*, 1. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.sindominio.net/zitzania/cat/1998/cat1.txt>

Trenquem el silenci! (1999). *Contra-Infos*, 48. Recuperado en diciembre de 2014 de <http://www.sindominio.net/zitzania/cat/1999/cat48.txt>

Otras fuentes

Consell de la Informació de Catalunya. Informe-Memoria Segon Semestre Any 1999-2000. Expediente 23/1999. pp. 62-101.

Royo, Octavi y P. Ferré, Ignasi (2005). *Okupa, crónica de una lucha social* [vídeo]. Barcelona: Nous Projectes Audiovisuals.

Webs

Info Usurpa

<http://squat.net/usurpa>

Contra-Infos

<http://www.sindominio.net/zitzania>

La Burxa

<http://laburxa.cat>

Biografía

Helena Domínguez García es licenciada en Ciencias de la Información y Máster en Cooperación Internacional y Voluntariado por la Universidade de Santiago de Compostela (USC). Está integrada en el grupo de investigación Cidacom (Cidadanía e Comunicación) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC y forma parte del equipo editorial de la *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo* (RICD). Actualmente, trabaja en la redacción de su tesis doctoral sobre la representación mediática del movimiento independentista gallego. Interesada en temáticas relacionadas con la comunicación alternativa, el desarrollo, los movimientos sociales y la identidad cultural. Correo electrónico: helenadominguezg@gmail.com

Enquadramentos jornalísticos das Manifestações de Junho de 2013: ações dos Manifestantes

Journalistic Framework of the manifestations of June 2013. The actions of the protesters

Ana Cristina Consalter Amôr, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP/ Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação- FAAC

Resumo

Este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento que pretende analisar os enquadramentos construídos pelas revistas Veja, Carta Capital, Época e Isto é acerca das manifestações populares que ocorreram nos meses de junho e julho de 2013 no Brasil. Serão verificadas a seleção e a ênfase de informações na construção do texto. Será possível identificar, descrever e analisar os enquadramentos construídos pelas revistas, percebendo como favoreceram determinadas perspectivas. Neste primeiro momento, face à pesquisa bibliográfica, analisamos as ações dos manifestantes, ou seja, como esses manifestantes foram enquadrados por esses veículos através de suas ações. Para tal, verificamos os enquadramentos utilizados para reportar os fatos políticos veiculados pelas revistas e que de alguma forma já caracterizaram os manifestantes e suas ações dentro do contexto da abordagem jornalística no início das manifestações, ou seja, nas matérias publicadas na segunda semana de junho, momento em que as quatro revistas abordaram esta categoria de análise.

Palavras-chave

Mídia; enquadramento; política; manifestações populares; manifestantes.

Abstract

This work is part of an ongoing research that aims to analyze the magazines Veja, Carta Capital, Época and Isto é framed the popular demonstrations that took place in June and July 2013 in Brazil. We will check the choice and emphasis of information in their text construction. It is possible to demonstrate how these magazines favor certain perspectives by identifying, describing and analyzing their framings. At first, in a bibliographical research, we analyze the actions of the protesters or, more specifically, how these protesters were, through their actions, represented by these vehicles. To carry out this task, we analyse the framing to report political facts used by the magazines. These framings have characterized the protesters and their actions within their journalistic approach from the beginning of the demonstrations. All their articles were published in the second week of June, when the four magazines addressed this analysis category.

Keywords

Media; framework; politic; popular demonstrations; protesters.

Introdução

É através dos meios de comunicação de massa que tomamos conhecimento do que acontece no mundo. São eles que nos ajudam a construir nossa realidade. São eles que, de acordo com Soares (2009), agendam, estabelecem uma hierarquia coletiva de

importâncias na vida do cidadão e que orientam as pessoas na sociedade contemporânea. Esta pesquisa se focalizará no papel das revistas semanais de informação geral que, assumindo caráter opinativo, apropriam-se de formas e métodos específicos para produzir perspectivas, selecionar, enfatizar, apresentar e organizar uma determinada realidade, influenciando, assim, a formação de ideias e conceitos de seus leitores.

No Brasil, a *Veja* é a revista semanal que, atualmente, detém a maior parte das assinaturas em todo o país. É líder de tiragem, com 1,1 milhão de exemplares distribuídos semanalmente em todo o país, e tem certo impacto na opinião pública brasileira. Já a *Carta Capital*, com uma tiragem de 75 mil exemplares, é, do corpus a ser analisado, a revista com a menor tiragem, porém, com determinada relevância editorial e, por isso, também fará parte deste estudo a fim de investigar a cultura jornalística do nosso país e como esta cultura interage com o campo da mobilização política. A revista *Época*, por sua vez, é um produto da Editora Globo. Lançada em 1998, possui uma tiragem atual de 500 mil exemplares. A revista mantém um contrato de direitos autorais com a revista alemã *Focus*, na qual foi inspirada e segue um modelo que valoriza a imagem e demais materiais iconográficos. Por fim, a revista *Isto é*, publicada pela Editora Três, lançada em 1972, possui uma tiragem de pouco mais de 360 mil exemplares e também está entre as quatro revistas semanais mais lidas do país.

Este estudo pôde analisar o papel das revistas semanais de informação jornalística no processo de representações sobre manifestações sociais reivindicatórias. Em outras palavras, foi possível verificar se as principais revistas de informação semanal brasileiras contribuem para a afirmação e consolidação da cidadania e dos direitos sociais ao enquadrar e agendar temas e acontecimentos importantes, como as manifestações. Além disso, foi possível identificar e analisar, comparativamente, as características narrativas do jornalismo de estilo magazine e seus enquadramentos, em particular na cobertura de manifestações sociais, estabelecendo semelhanças e contrastes.

Nesse sentido, para investigar como essas revistas enquadraram os manifestantes, verificamos os enquadramentos utilizados para reportar os fatos políticos veiculados pelas quatro revistas e que de alguma forma já caracterizaram os manifestantes e suas ações dentro do contexto da abordagem jornalística no início das manifestações, ou seja, nas matérias publicadas na segunda semana de junho.

1. Comunicação, cidadania e política

De acordo com Soares (2010:204), para entender as relações entre o jornalismo e a cidadania, primeiro é preciso entender a concepção da informação como um direito civil, assim como o direito de liberdade de opinião, liberdade de expressão, de reunião, de manifestação. Como já ficou explícito na justificativa, a informação é um direito que dá acesso a outros direitos. Para Gentili (2005), o direito à comunicação seria um primeiro passo para estabelecer um direito participativo.

Segundo Vicente (2009: 71), o avanço, a afirmação e consolidação das manifestações mais democráticas geram discursos, ações e deliberações que incorporam implícita ou explicitamente o conceito de cidadania. Levando em consideração que as discussões e deliberações acontecem no espaço público e que, de acordo com Vicente (2009: 77) esse espaço se materializa via representação de imagens, fatos, idéias, símbolos e acontecimentos representados pelos diversos meios de comunicação, surge a necessidade de refletir de que modo os cidadãos e o acontecimentos sociais se tornam visíveis neste espaço mediático.

Segundo Kellner (2001: 9), a mídia fornece as informações com as quais muitas pessoas constroem suas opiniões, mitos, símbolos e comportamentos sociais. “A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades através das quais os indivíduos se inserem nas sociedades contemporâneas”. Rothberg (1994) aponta que o posicionamento político dos indivíduos é gerado pela forma que recebemos informação, cultura e entretenimento. A mídia então não agiria apenas como mediadora, mas como organização decisiva no funcionamento da própria esfera política.

Torna-se urgente a questão de cidadania nos estudos de comunicação que, como ilustra Vicente (2009: 80), “adquire sentido político” porque indaga até que ponto a apropriação do público pelo Estado e pelo mercado “é reconhecida como limite substantivo do exercício do conjunto de direitos que torna democrática uma sociedade”. A comunicação e os meios noticiosos teriam sim a finalidade de impulsionar condições favoráveis à consolidação dos direitos para toda a sociedade.

2. A cobertura jornalística de magazines

De acordo com Scalzo (2003), o termo *magazine* vem do inglês e designava as redes de lojas que vendiam de tudo um pouco. Logo a Inglaterra e a França, e depois os Estados Unidos e Alemanha, utilizaram o termo para qualificar as revistas de conteúdo

semanal. Devido a variedade de assuntos que abordavam, ao longo de sua existência, essas revistas tiveram que criar uma identidade própria, que fosse eficaz e viabilizasse suas publicações. Com a internacionalização do termo, todos os países passaram a utilizar a expressão “estilo magazine” para se referir às revistas de informação jornalística. Nos parágrafos seguintes apresentamos algumas características desse estilo, que terá grande importância nas análises que realizaremos.

Boas (1996) divide as revistas em três grupos estilísticos: as ilustradas, as especializadas e as de informação-geral. E afirma que as revistas de informação semanais detêm seus próprios modos de transmitir a informação. Distantes do jornalismo praticado nos jornais diários, elas tendem a estender a cobertura jornalística, que se preocupa mais com a contemporaneidade e atualidade. Seu planejamento editorial trabalha, de maneira harmoniosa, “ritmo gráfico, visual e sentido das palavras”. O jornalista deve se empenhar ao máximo para garantir o interesse constante do leitor na leitura. Para tanto, a capa é produzida com “atrativos de uma embalagem”. O texto é organizado em tópicos frasais, e a abertura das matérias é quase sempre uma narrativa climática, ou seja, trata-se de abordar o assunto, não o fato. A notícia deve ser explorada de um modo mais amplo e interpretativo (Boas, 1996: 78).

Para Boas (1996:71), cada veículo tem sua maneira de ser, sem ignorar regras básicas do estilo jornalístico. A revista engloba também uma variedade de estilos, é mais literária e mais artística, “é uma prática jornalística diferenciada”. O estilo magazine seria herdeiro do *New Journalism*, movimento que resgata a tradição literária e autoriza o jornalista a viver a situação dos entrevistados.

Para Boas (1996), o estilo magazine produzido hoje obedece ao critério comercial e é com ele que o jornalismo realiza plenamente suas potencialidades como produto. Os critérios jornalísticos adotados e a engenhosidade do texto revelam um jornalismo dependente do sistema econômico, cuja objetividade e isenção são quase que inexistentes. Medina (1978), ao propor as categorias de análise para a estrutura da mensagem jornalística para sua pesquisa, ou seja, angulação, edição, captação e formulação, destacou que a notícia sofre as consequências da circunstância histórica de que é um produto à venda, e pensado como algo de notável eficiência técnica.

Segundo Boas (1996), o acontecimento trazido pela revista é apresentado como se fosse verdade absoluta. A revista revela-se como instrumento para conhecer essa verdade. Sua abordagem editorial então é assunto culminante e decisivo na relação que tem com o público leitor e, ao superar a distinção entre gêneros informativo e

interpretativo, traz um texto “editorializado”, onde o tratamento dado pela reportagem ao assunto encerra uma visão do fato.

Para Melo (2003: 75) a seleção da informação é o principal instrumento utilizado pela instituição para expressar suas idéias, sua opinião e a sua representação da realidade. É através dessa seleção que se aplica a prática da linha editorial. Esta seleção representa a ótica através da qual a instituição/empresa vê o mundo. “Essa visão decorre do que se decide publicar em cada edição, privilegiando certos assuntos, destacando determinados personagens, obscurecendo alguns e ainda omitindo diversos”.

A instituição/empresa dispõe de vários recursos para controlar a seleção da informação, bem como a própria estrutura da redação, as pautas, as coberturas, as fontes. De qualquer maneira, o autor não deixa dúvida quanto ao fato de que a instituição jornalística exerce sim um controle sobre cada emissão ou edição. “Tampouco existem dúvidas sobre as possibilidades que têm os profissionais de interferir nesse controle” (Melo, 2003: 77).

Melo (2003: 73) destaca que os meios de comunicação influenciam pessoas, mobilizam e comovem grupos e sociedades. “São, portanto, veículos que se movem na direção que lhes é dada pelas forças sociais que os controlam e que refletem também as contradições inerentes às estruturas societárias que existem”. Nesse sentido, conhecer a construção da mensagem jornalística de revista põe em evidência os vieses implícitos em sua produção, a sua retórica implícita em estratégias textuais e representações contidas, como descreveu Soares (2014).

A análise de enquadramento, por sua vez, constitui uma abordagem apropriada para o estudo das matérias jornalísticas (neste caso, as de revista) numa perspectiva sociocultural e política, porque salienta o caráter construído da mensagem, revelando o discurso entranhado “em textos supostamente objetivos, imparciais e com função meramente referencial” (Soares, 2014).

3. Os enquadramentos da mídia

Porto (2002) caracteriza um enfoque, um novo paradigma e um novo método como alternativas aos estudos do jornalismo, aos estudos da relação entre a mídia e a política (mesmo a política no sentido geral, que envolve os movimentos que ocorrem fora das organizações partidárias): a análise de enquadramento, que também será o nosso método nesta pesquisa. Parcialidade, objetividade e afins constituiriam um

suporte frágil e em declínio, não suficientes para pressupor uma possível cobertura imparcial e independente.

Tankard (2001: 99) destaca que o enquadramento oferece um instrumento para analisar empiricamente o papel da mídia na construção da hegemonia e também para dinamizar perspectivas teóricas já existentes como, por exemplo, a da *agenda-setting*. Segundo Tankard (2001: 100), enquadramento envolve seleção e saliência. Significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e promover uma interpretação, uma definição particular, uma avaliação moral ou uma recomendação de tratamento para essa realidade percebida.

Porto (2002) aponta que enquadramento é um princípio de organização que governa os eventos sociais e o nosso envolvimento nesses eventos. Através do enquadramento, as pessoas se permitem atribuir sentido dos eventos e das situações sociais. Street (Rothberg, 2005: 17) indica que o enquadramento é uma noção útil para entender o mecanismo de contar histórias no jornalismo político. Para Street, o conceito de enquadramento é caracterizado como algo mais sofisticado do que as usuais teorias empregadas e propõe buscar as tendências supostamente apresentadas de forma sistemática.

De acordo com Entman (1993:55), “os enquadramentos diagnosticam, avaliam e prescrevem o conteúdo das notícias”. Eles selecionam certos aspectos da realidade, os tornam mais salientes e promovem um problema, uma interpretação, uma avaliação moral ou uma recomendação de tratamento para o assunto. E esses pequenos processos interferem no exercício do poder, quando os enquadramentos aparecem em notícias de cunho político.

Segundo Rothberg (2005: 24) “os enquadramentos da política devem ser considerados como parte integrante de um gênero de produto midiático” com roteiros pré-determinados para cativar o público. Esses gêneros possuem histórias e trajetórias distintas, influenciadas pelas relações entre editores e receptores.

Tuchman (1972: 672) argumenta que os *frames* (que correspondem aos enquadramentos em português) podem até determinar a inclusão ou exclusão de um acontecimento e que os jornalistas usam formatos de enquadramentos específicos como equipamento profissional, mecanismo constante na construção da notícia.

Gamson (1996: 44) analisou que todo tema político tem uma cultura, um discurso que possui interpretações e significados sobre os fatos e que modifica. Essas

interpretações competem entre si e no centro de cada “pacote interpretativo” está uma ideia central organizadora que é o enquadramento.

Porto (2002) divide em duas vertentes as pesquisas que utilizam tal referencial. De um lado, estão os estudos, realizados com grupos focais, do impacto dos enquadramentos da mídia sobre o entendimento da audiência em relação a temas políticos. De outro lado, investiga-se como determinado tema é enquadrado pela mídia. Surgem, sob esta segunda perspectiva, os enquadramentos temático, “corrida de cavalos”, cívico, episódico, de interesse humano, de jogo, estratégico e dominante.

4. As manifestações de 2013

A partir do início do mês de junho de 2013 intensas manifestações se espalharam pelas principais capitais e regiões metropolitanas do país para protestar contra o aumento das passagens de ônibus, trem e metrô. Com grande repercussão e cobertura noticiosa nos meios jornalísticos, essas manifestações também protestaram contra o aumento dos alimentos e dos aluguéis, a precariedade dos serviços públicos (educação, saúde, moradia) e o ambiente político atual, pautado em diversos casos de corrupção. A repressão policial às manifestações também chamou atenção da sociedade e foi motivo para intensificar os protestos.

Grande parte das mobilizações foi organizada através das redes sociais, tendo como precursores os membros do Movimento Passe Livre (MPL). O termo “vandalismo” e a violência policial acabaram ganhando as páginas e as imagens dos veículos de comunicação, quando começaram os registros violentos durante os atos, resultando em manifestantes e policiais feridos. Sem lideranças unânimes e sem o predomínio de grandes partidos, essas manifestações surgiram como uma forte onda social nas principais praças e ruas e reuniram milhares de pessoas.

Em São Paulo, os protestos começaram no dia dois de junho de 2013. No dia dez de junho, as ruas da cidade se transformaram num campo de batalha, onde foram protagonizadas cenas de vandalismo, truculência policial e destruição do patrimônio. Três dias depois, simpatizantes do Movimento Passe Livre (MPL) ocuparam uma das principais avenidas do centro do Rio de Janeiro, a Presidente Vargas, bloqueando as pistas.

No dia 17 de junho, o Rio também foi palco de uma grande passeata que reuniu mais de 100 mil pessoas que protestaram contra os gastos para a Copa do Mundo, das

Confederações, a corrupção e, principalmente, o aumento das tarifas de transporte público. O protesto foi quase todo pacífico. Porém, no final do ato, um grupo infiltrado de manifestantes radicais promoveu um festival de pancadaria. O Palácio Tiradentes, sede da Assembleia Legislativa do Rio (Alerj), foi invadido e depredado. Era o cartão de visita dos chamados *Black blocs* no cenário das manifestações no estado.

Com repercussão e reflexo em todo território nacional e internacional, o governo brasileiro passou a atender algumas reivindicações: o Congresso votou a favor de a corrupção ser tratada como crime hediondo, arquivou a PEC 37 (que dava poder exclusivo à polícia para realizar investigações criminais, retirando essa possibilidade do Ministério Público) e proibiu as votações secretas. Governos estaduais voltaram a praticar os preços antigos das passagens. Nas ruas, crescia o número de pessoas nas passeatas. As manifestações no Brasil foram comparadas aos protestos Primavera Árabe, em países árabes, Los Indignados, na Espanha e o Occupy Wall Street, nos Estados Unidos. Configurou-se um movimento com protestos amplos e generalizados em todo o país, fato que não acontecia desde 1992, com o movimento “caras pintadas”.

De acordo com Locatelli (2013:9), o processo que desaguou nas manifestações não surgiu do nada e nem foi obra do acaso. “Ele teve origem dez anos antes, quando jovens se revoltaram com o aumento das passagens em Salvador”. Mais tarde o MPL se consolidaria, em 2005, durante o Fórum Mundial de Porto Alegre.

Para Locatelli (2013: 11), com a criação do MPL a pauta dos transportes voltava a ter atenção e a questão da mobilidade urbana passa a ser meta fundamental para este grupo específico. Por isso, mesmo sem lideranças marcantes, é impossível abordar as manifestações de 2013 sem abordar um histórico de lutas do MPL, movimento que contribuiu efetivamente para a realização de vários atos que perduraram nos anos seguintes até as manifestações em questão eclodirem (Maricato et al., 2013: 13).

Para Maricato (2013: 13), as revoltas populares em torno da questão dos transportes fazem parte da história das metrópoles brasileiras há muito tempo, desde sua formação, na verdade. “Num processo em que a população é sempre objeto em vez de sujeito, o transporte é ordenado de cima, segundo os imperativos da circulação de valor”. A população acaba sendo excluída da própria organização da cidade.

Maricato (2013: 15) aponta que as catracas seriam “barreiras físicas que discriminam” de acordo com a concentração de renda. Há aqueles que podem circular prazerosamente pela cidade e há aqueles condenados à exclusão urbana devido à falta de mobilidade e/ou ao seu acesso. “Para a maior parte da população explorada, o

dinheiro para a condução não é suficiente para pagar mais do que as viagens entre a casa, na periferia, e o trabalho, no centro: a circulação do trabalhador é limitada, portanto, à sua condição de mercadoria, de força de trabalho”.

Por fim, diante de um cenário histórico de insatisfação, a legitimação do evento e a forma como as pessoas exteriorizaram essa insatisfação também foram pauta de discussões. E as revistas de informação semanais, por sua vez, representaram e enquadraram os fatos, dando mais ou menos ênfase aos acontecimentos que se sucederam.

5. Resultados e discussão

Para investigar como essas revistas enquadraram os manifestantes verificamos os enquadramentos utilizados para reportar os fatos políticos veiculados pelas quatro revistas e que de alguma forma já caracterizaram os manifestantes e suas ações dentro do contexto da abordagem jornalística no início das manifestações, ou seja, nas matérias publicadas na segunda semana de junho. Foram consideradas as edições dos dias 19 de junho da *Veja*, *Carta Capital* e *Isto É*, e 17 de junho da *Época*. Essas edições trouxeram as primeiras informações/impressões acerca do evento desde desencadeados, na primeira semana de junho.

Em relação à revista *Veja*, a edição do dia 19 de junho (Edição 2326) traz a matéria “A razão de tanta fúria”, na qual desdenha sem cerimônia do perfil dos jovens manifestantes que tomaram as ruas no início de junho. Também aborda algumas características do movimento *Passe Livre*, das motivações das manifestações e faz um breve relato de outras manifestações que aconteceram nas ruas de cidades de outros países. Esse breve relato, trouxe informações sobre quem eram os manifestantes, o que queriam e qual era a palavra de ordem.

A *Veja* destaca o perfil deste jovens e os enquadra como “um grupo nanico”, uma minoria, quando se refere ao *MPL* (*Movimento Passe Livre*), que é engrossado por outras minorias “que participam ativamente do quebra-quebra” e que seriam “os suspeitos de sempre: militantes de partidos de extrema-esquerda (*PSTU*, *PSOL*, *PCO* e *PC do B*), militantes radicais de centro-esquerda (*PT* e *PMDB*), punks e desocupados de outras denominações tribais urbanas, sempre dispostos a driblar o tédio burguês aderindo a algum protesto violento”. A revista ainda os enquadra como “rebeldes sem causa”, porque reuniu pessoas com situação financeira estável e que não utilizam o

transporte público. Seria um movimento não espontâneo, mas planejado e também um vetor de violência. Foi possível perceber que a *Veja* optou por um enquadramento centrado na personalidade, um tanto quanto superficial e consolidado em estereótipos.

A revista *Carta Capital*, com a matéria “Rebeldes com causa” (Edição 753, também do dia 19 de junho), ao contrário, enquadra estes jovens como “rebeldes com causa”. Destaca que compõem o MPL estudantes da USP, de bairros tradicionais, de classe média, e também moradores de bairros distantes e muito violentos. Afirma que estes “compartilham do mesmo inconformismo com as iniquidades sociais”, de uma cidade com contrastes, sendo “a cidade mais rica da América do sul” e “com transporte caro e precário”. Seriam universtários secundaristas e trabalhadores de bairros periféricos”, além de militantes de partidos de esquerda.

De acordo com a revista, o movimento teria ganho contornos de revolta popular após a repressão policial. A matéria levanta a questão da truculência policial, os desencontros e desacordos entre manifestantes e policiais. Contextualiza as “revoltas das catracas e como estão sendo firmados os acordos entre o movimento, a prefeitura e o governo do estado, além de um breve debate sobre a gratuidade no transporte. Por fim, abre quadro para matéria à parte, onde destaca o despreparo e a arbitrariedade da polícia militar.

Trata-se de um enquadramento temático que é mais plural, porque aborda aspectos históricos e contextualiza com mais informação um evento complexo e que envolve muitos personagens com trajetórias e características diferentes. Ou seja, é uma cobertura bem mais livre de estereótipos e mais profunda em abordar os fatos e seus desdobramentos.

A revista *Época*, por sua vez, em sua edição do dia 17 de junho, apresenta a matéria “Quem são eles?” que, inicialmente descreve como os fatos e acordos se sucederam e, depois, também faz um resgate sobre o histórico do MPL e seu ativismo que se “inspira em movimentos de jovens que tomaram os espaços públicos no oriente médio, na Europa e Nos Estados Unidos. Este seria um movimento “que guarda semelhanças com a nova linguagem de ativistas do século 21”. São manifestantes que recusam lideranças tradicionais, em oposição a partidos políticos e instituições hierarquizadas, os chamados “ativistas verticais”. A estes juntam-se adeptos aos ideais revolucionários e de esquerda. E se utilizariam de “técnicas de ocupações recentes no exterior e com preceitos de guerrilha urbana”.

Pode-se afirmar que o enquadramento da revista *Época* em relação aos manifestantes também é temático porque aborda o evento de maneira substancial ao caracterizar o fenômeno e seus participantes como “aqueles que protestam em meio ao que chamam de crise do capitalismo”.

Por fim, a revista *Isto* traz em sua edição do dia 19 de junho a matéria “A volta da repressão”, cujo conteúdo legitima o evento afirmando que “sobram motivos para protestar”, embora as insatisfações estejam difusas. Além de relatar os percursos e percalços dos primeiros dias de protesto, descreve cálculos que demonstram o quanto o cidadão deixa nas catracas. A reportagem aproveita a deixa das catracas para também resgatar a luta pela gratuidade dos transportes e do movimento *Passage Livre*.

Mas a ênfase da reportagem da *Isto* está na truculência policial. Sua introdução já faz uma crítica ao que deveria ser aclamado, ou seja, a mobilização popular em torno de uma causa para defender interesses e encarar os problemas de frente. Mas, ao contrário, como relata o material, surgiu uma situação “hostil, assustadora e perigosa”. Ou seja, incapaz de atuar de forma preventiva, controlando as manifestações” e defendendo os manifestantes, a polícia militar se mostrou com sua “face mais violenta”. Uma brutalidade revelada em meio a um histórico de eventos confusos e desencontrados. De maneira geral e sucinta, a *Isto* aponta as insatisfações difusas e as táticas anarquistas e também cita algumas manifestações que já ocorreram no Brasil e no mundo, a diversidade de pautas. Construiu-se aqui também um enquadramento mais plural, com uma diversidade de relatos e retratos.

Considerações finais

Considerando-se o período e os veículos analisados, os resultados da presente pesquisa sugerem uma cobertura um tanto quanto descritiva, mas com certa diversidade de abordagens em relação ao evento e seus personagens, com relatos até divergentes sobre algumas práticas durante os acontecimentos.

Os pacotes interpretativos temáticos oferecidos pela *Carta Capital*, *Época* e *Isto* foram muito mais abrangentes e fundamentados do que os pacotes oferecidos pela revista *Veja*. Ou seja, a revista *Veja* se limitou a uma interpretação evasiva, proposital e sem uma discussão mais profunda. Ao contrário das demais, optou por um enquadramento mais centrado na personalidade e um tanto quanto superficial, consolidado em estereótipos, enquanto que as outras foram mais plurais abrangentes.

Bibliografia

- Boas, S. (1996). *O estilo Magazine. O texto em revista*. São Paulo: Summus.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 4(43) 43,51-58.
- Folha de S. Paulo (2001). *Manual de redação da folha de São Paulo*. São Paulo: Folha de S. Paulo.
- Gamson, W. (1992). William A. *Talking Politics*. Boston: Cambridge University.
- Gentili, V. (2005). *Democracia de massas: jornalismo e cidadania*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru, SP: Edusc.
- Lima, V. (2001). *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Locatelli, P. (2013). *#VemPraRua*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lopes, M.I. (2003). *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Edições Loyola.
- Maricato, E. (2013). *Cidades Rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. São Paulo: Boitempo: Carta Maior.
- Medina, C (1987). *Notícia, um produto à venda. Jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus Editora.
- Melo, J.M. (2003). *Jornalismo Opinativo*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira.
- Porto, M. (2002). *Enquadramentos da mídia e política*. In: 25 Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Salvador, Bahia.
- Porto, M. (2001). A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo. *Cadernos do CEAM*, 2(6), 11-32.
- Rothberg, D. (1994). *Comunicação de massa e discernimento político*. Bauru: Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.
- Rothberg, D. (2005). *Política mediada, democracia e elites*. Bauru: Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.
- Scalzo, M. (2013). *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto.
- Soares, M.C. (2012). *Os direitos na esfera pública mediática: a imprensa como instrumento de cidadania*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.
- Soares, M.C. (2012). Análise de enquadramento. In: Duarte, J.; Barros, A. (org.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. (pp. 3-17). São Paulo: Atlas. Recuperado de http://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes_produto.aspx?prd_des_ean13=9788522445332
- Soares, M.C. (2010). A cobertura dos temas de cidadania. In: Vicente, M. y Rothberg, D (Org.), *Meios de comunicação e cidadania*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- Soares, M.C. (2009). *Representações, jornalismo e a esfera pública democrática*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- Vicente, M. (2009). *Comunicação e Cidadania*. Bauru: Edusc, 2009.
- Tankard, J. (2001) (2001). The empirical approach to the study of media framing. In: Reese, S.; Gandy, O.; Grant, A. (eds). *Framing Public Life* (pp. 95-106). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679.

Biografia

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho (UNESP), com término previsto para abril de 2016. Possui especialização em Metodologia do Ensino na Educação Superior pelo Centro Universitário Uninter – Pólo Piracicaba, e graduação em Jornalismo pela Universidade do Sagrado Coração (2007). Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em comunicação. Faz parte do Grupo de Estudos Mídia e Sociedade, cadastrado no CNPq, que abrange a linha “Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais”, do Departamento de Ciências Humanas da Faac/Unesp. E-mail: anaconsalteramor@gmail.com

La cobertura de conflictos socioambientales desde un enfoque de cultura de paz: Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura regional

The coverage of environmental conflict from the perspective of culture of peace: Partisans vs. contributory roles in regional coverage

Sandro Macassi Lavander, Pontificia Universidad Católica del Perú –Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación - Instituto de Opinión Pública

Resumen

Este estudio discute si los medios regionales contribuyen a la transformación de los conflictos socioambientales o, por el contrario, colaboran con el escalamiento y la polarización.

Se discute los indicadores usados para medir la cobertura mediática de conflictos de guerra señalando que es necesario usar otros indicadores para analizar los conflictos socioambientales. En este sentido, se plantea que se debe analizar los roles jugados por los medios estudiando sus estrategias de enmarcamiento. Se desarrollaron para este objetivo 10 indicadores de roles que contribuyen a la transformación de los conflictos y 10 indicadores que muestran roles partisanos que agudizan los conflictos.

El estudio analiza 3 conflictos emblemáticos en el Perú: Tía María, Conga y Toquepala. Se trata de proyectos de industrias extractivas que en el 2011 generaron muchas protestas y pérdidas humanas y materiales. La metodología consistió en el análisis de las noticias de 5 medios regionales que se contrastaron con las noticias de 7 medios nacionales haciendo un total de 1080 analizadas.

Los resultados muestran que las noticias son construidas con un enmarcamiento donde predominan los discursos que contribuyen a una mayor confrontación, siendo muy pocos los casos de noticias que aportan a la transformación del conflicto. Los medios regionales presentan menos noticias con una estrategia contribuyente mientras que los medios capitalinos presentan un poco más. También, los medios regionales publican más noticias con roles partisanos que fomentan a escalamiento de los conflictos.

Palabras clave

Cultura de Paz; Indicadores de cobertura mediática; Conflictos socioambientales; Industrias extractivas; Transformación de conflictos.

Abstract

This study discusses whether regional media contribute to the transformation of socio-environmental conflicts or otherwise collaborate with scaling and polarization.

We discuss the indicators used to measure media coverage of conflicts of war, saying it is necessary to use other indicators to analyze environmental conflicts. It argues that it should analyze the roles played by the media framing studying strategies. We developed for this purpose 10 indicators of roles that contribute to conflict transformation and 10 indicators showing partisan roles that exacerbate conflict.

The study analyzes three emblematic conflicts in Peru: “Tia Maria”, “Toquepala” and “Conga”. These are extractive industry projects that in 2011 generated many protests and human and material losses. The methodology consisted of an analysis of the 5 regional news media were compared with 7 national news media, making a total of 1080 analyzed.

The results show that the news are constructed with framing where predominate discourses that contribute to more confrontation, while there are still very few cases of news that contribute to the transformation of the conflict. Regional media have fewer stories with a contributor strategy, while the media in the capital have a little more. In addition, the regional media published more news with partisan roles, which promote escalation of conflicts.

Keywords

Culture of Peace; indicators of media coverage; environmental conflicts; extractive industry; conflict transformation.

Biografía

Sandro Macassi Lavander es Psicólogo social y Magister en Comunicación, Sub Director del Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Profesor ordinario de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Investigador en temas de Comunicación política y espacio público, especialista en comunicación y prevención de conflictos. Consultor internacional de comunicación preventiva y proyectos de desarrollo. Correo electrónico: semacassi@pucp.pe

La pobreza infantil en los medios de comunicación: evaluación y propuestas de mejora del tratamiento periodístico desde las ONG del sector

*Child poverty in the media: assessment and suggestions by children NGO
to improve news coverage*

María San Felipe Frías, Universidad Complutense de Madrid

Resumen

El concepto de pobreza va más allá de la limitación de recursos económicos y materiales. Se trata de una situación de escasez que influye en el pleno ejercicio de los derechos fundamentales. En el caso de la pobreza infantil, los afectados son los niños y las niñas, uno de los colectivos sociales más vulnerables. Debido a la función de los medios de comunicación como fuentes de información fiables y generadores de opinión, éstos son reconocidos por las ONG como herramientas potenciales para impulsar el cambio social. Por ello, parece pertinente preguntarse cómo perciben a estas organizaciones, actores sociales que trabajan directamente con la problemática, y el enfoque periodístico que utilizan para representar a la pobreza infantil.

En consecuencia, esta investigación pretende conocer la opinión de las ONG sobre el tratamiento de la pobreza infantil en los medios de comunicación españoles con la finalidad de mejorarlo. En ese sentido, se han realizado entrevistas semiestructuradas a entidades que trabajan con la pobreza infantil en España y que cuentan con un departamento de comunicación en su organigrama, como es el caso de UNICEF, Cruz Roja, Aldeas Infantiles SOS y Educo.

Para estas organizaciones, la problemática es tratada desde la superficialidad y la anécdota. Añaden que falta una profundización y seguimiento del tema que traslade y conciencie de su importancia a la audiencia, a la ciudadanía. Desde las ONG se reivindica que las informaciones han de basarse en los derechos de la infancia: en su cumplimiento y respeto desde el trabajo periodístico, y en la transmisión de que esta desigualdad parte de una violación de derechos fundamentales.

Palabras clave

Pobreza infantil; periodismo; medios de comunicación; ONG; derechos de la infancia.

Abstract

Poverty is a concept that goes far beyond the economic and material limitation of resources. Alternatively, it is a situation of scarcity influencing the whole exercise of fundamental rights. When it comes to child poverty, the victims are children, one of the most vulnerable social collectives. Due to their role as trustable sources of information and opinion makers, media are recognised by NGOs as tools to foster social change. Therefore, it seems relevant to explore how these organizations, as social actors directly dealing with the problem, perceive the journalistic framing applied to child poverty.

Consequently, this article presents the NGO's opinion about the coverage provided by the Spanish media to child poverty, as a good way to contribute to make it better. In order to do so, we conducted in-depth interviews with those entities working in the field of child poverty in Spain and counting with an active Communication department, like UNICEF, Cruz Roja, Aldeas Infantiles SOS and Educo.

These organisations agree on considering that child poverty is covered in the media following a superficial and anecdotic approach, missing deeper analyses and a

long-term attention that would contribute raise awareness of its importance among the audience. NGOs claim that news must be based on children's rights, not only fulfilling and abiding them within the journalistic daily work but also reporting that this inequality points to a violation of fundamental rights.

Keywords

Child poverty; journalism; media; NGO; children's rights.

Introducción

El reconocimiento social de los medios de comunicación como fuentes de información fiables, así como su capacidad para crear y generar corrientes de opinión, son algunos de los aspectos que los convierten en una importante herramienta para impulsar el cambio social. Así lo creen desde las organizaciones no gubernamentales (ONG), actores sociales cuya labor es luchar por este cambio. Estas entidades ven en los medios, y por lo tanto en el periodismo, unos grandes aliados a la hora de transmitir sus mensajes y crear conciencia social sobre las injusticias contra las que trabajan y que pretenden erradicar.

La comprensión e implicación de la ciudadanía hacia una problemática social es un requisito imprescindible para impulsar el cambio. En consecuencia, los medios son unos altavoces perfectos para llegar a una audiencia masiva, que sería imposible alcanzar de cualquier otra manera.

La función de servicio público que define al periodismo (Kovach y Rosentiel, 2003: 16) debería ser motivación suficiente para que desde los medios se prestase atención a las injusticias sociales, empezando por incluir estas temáticas en sus agendas. En este sentido, el periodismo debería profundizar en estas problemáticas, investigarlas, contextualizarlas y analizarlas para poder aportar soluciones. Un enfoque orientado a concienciar, y por lo tanto a mejorar, las condiciones de vida de los afectados, a través de mecanismos propios del periodismo de investigación (UNESCO, 2013: 8) como son la recolección y publicación de datos y evidencias con el fin de producir un beneficio en la sociedad.

La pobreza infantil es una de esas injusticias a la que los medios deberían prestar especial atención por ser una situación de desigualdad que afecta a uno de los colectivos más vulnerables de la población: los niños y las niñas. Así, el objetivo de esta investigación es conocer la opinión de las ONG acerca del tratamiento que los medios de comunicación españoles dan a la pobreza infantil; con ello se pretende mejorar el enfoque periodístico que se hace de este problema presentándolo como una verdadera

violación de derechos, los de los niños, los denominados derechos de la infancia (Plataforma de Infancia: 2008).

1. Marco teórico

La complejidad de un fenómeno como la pobreza infantil dificulta su definición. La variedad de factores que convergen en ella provoca que el concepto sea estudiado desde diferentes perspectivas a partir de las que se emiten definiciones muy diversas. Que este tipo de pobreza afecte a los niños y niñas, personas dependientes que se encuentran en una etapa de pleno desarrollo vital, impulsa a que los intentos por definirla se realicen desde una perspectiva de privación multidimensional (INE, 2006.: 25). Este enfoque habla de la limitación para satisfacer ciertas necesidades básicas, pero también de cómo esto afecta a la integración social. Sen (1983: 153) defiende este planteamiento que tiene en cuenta la influencia de ciertas carencias en el pleno ejercicio de los derechos de quienes las padecen reconociéndose así que los niños y niñas son titulares de derechos y, como tales, éstos han de ser asegurados. Según Abramovich (2006:40), este marco es el que debe regir las acciones destinadas a reducir la pobreza, pues parece haber una relación directa entre las situaciones de precariedad y las violaciones de derechos humanos.

Lo que no se publica no existe en la esfera pública, de ahí la importancia de acceder a la agenda informativa. “Los medios se sitúan como intermediarios entre el mundo exterior y las audiencias, puesto que en muchas ocasiones son el único modo de acceso a lo que sucede ‘ahí fuera’”, explica Sábada (2001: 159). Como enlace entre el público y la realidad, los medios transmiten una construcción propia de la realidad, que responde a factores de muy diversa índole. No se puede olvidar que los medios de comunicación también son empresas, por lo que sus intereses económicos y políticos también influyen en sus contenidos y en su tratamiento.

Consecuentemente, la construcción mediática de la realidad se puede explicar a partir de las teorías de la *agenda setting* y del *framing*. La primera hace referencia a la jerarquización de los temas informativos y a la transmisión de esa relevancia a la audiencia, mientras que la segunda remite a los procesos de selección y de construcción de los mensajes periodísticos (*media frames*), así como a los procesos de construcción de significado por parte de la audiencia (*audience frames*). Además, las contribuciones del *newsmaking*, desbaratan la posibilidad de alcanzar la objetividad periodística (Tuchman, 1978:1).

Los valores noticiosos también participan en la construcción mediática de la realidad al utilizarse para determinar qué acontecimientos serán noticias ya que, según Díaz (2009), se basan en “normas de trabajo o de referencia que guían la elección, priorización, clasificación y presentación de los hechos convertidos en noticia, es decir, son pautas para llevar a cabo la recogida y producción de las noticias periodísticas”.

Pero la pobreza parece no responder a estos factores noticiables. Según Awad (2014: 1067) se trata de un tema olvidado para la agenda informativa y, cuando se cubre, se hace desde un punto de vista estigmatizado y estereotipado, características extensibles a la pobreza infantil. Esta ausencia se achaca a la conformidad con unos intereses dominantes, tanto del medio como de los periodistas, quienes a pesar de estar dispuestos a salirse del tratamiento estandarizado, suelen caer en él y en las presiones empresariales (Devereux, Haynes y Power: 2012). En este sentido, el periodista Gumersindo Lafuente, fundador de PorCausa, organización dedicada al periodismo de investigación como herramienta para la erradicación de la pobreza, defiende en su web: “Sólo nosotros, los profesionales, con ingenio, talento, curiosidad, rebeldía y autocrítica seremos capaces de cambiar esta situación”, identificando al periodismo, y a los periodistas, como herramientas para el cambio social.

2. Diseño metodológico

Esta investigación se construye a partir de una serie de entrevistas semiestructuradas con profesionales de la comunicación que trabajan en el tercer sector dentro del ámbito español. La elección de esta técnica está motivada por su adecuación con el objetivo de la investigación, considerada apropiada para estudios de pequeñas muestras que persigan conocer las experiencias y capacidades de otras personas (Berganza *et al.*, 2005).

El guion de la entrevista cubría los siguientes temas: análisis general del tratamiento periodístico de la pobreza infantil en los medios, modo en el que se habla de los niños afectados, aspectos positivos que destacar y negativos que mejorar del enfoque informativo, así como las características de un buen tratamiento periodístico.

La muestra inicial estaba formada por ONG que trabajan en la erradicación de la pobreza infantil, con sede en España y con un departamento de comunicación o prensa dentro de su organigrama, entendiéndose esto como muestra de interés y conocimiento de la labor periodística. Así, se elaboró un listado de una decena de ONG ajustadas al perfil buscado entrevistándose finalmente a cuatro, las cuales son representadas por

Raquel Fernández, directora de comunicación de UNICEF Comité Español; Gonzalo de Castro, coordinador de estudios de Educo; Gracia Escudero, jefa de prensa de Aldeas Infantiles SOS, y Miguel Ángel Rodríguez, responsable de comunicación externa de Cruz Roja Española.

3. Análisis del tratamiento de la pobreza infantil

El tratamiento periodístico de la pobreza infantil en los medios españoles es, según las ONG, mejorable y reconocen que su enfoque informativo se encuentra muy condicionado por el medio y sus intereses. En este sentido, desde las organizaciones se destaca que la pobreza infantil recibe una cobertura muy politizada, lo que señalan como factor principal de este tratamiento. Esta práctica lleva a la construcción de una realidad interesada, próxima a la línea editorial del medio que publica la información y supeditada a los intereses ideológicos y económicos del grupo mediático al que se pertenece. Gonzalo de Castro, representante de Educo, señala esta falta de independencia como la causa de la superficialidad, otra de las características de estas informaciones.

Las ONG critican que, de forma habitual, el enfoque informativo se queda en la curiosidad y no llega a profundizar en la complejidad del problema, como explica Miguel Ángel Rodríguez desde Cruz Roja: “Algunos medios se quedan más con la historia anecdótica, que llama la atención, que impacta, pero no abordan lo que hay detrás de esa situación”.

En este tratamiento se echa en falta una mejor contextualización, un relato en el que se aborden las causas y razones que la han provocado, así como las consecuencias que se generan, todo ello observado desde un punto de vista analítico y crítico que sea capaz de ayudar en la búsqueda y en el planteamiento de posibles soluciones. La superficialidad también se ve reflejada en la falta de un seguimiento continuado en la agenda informativa, lo que lleva a tratar a la pobreza infantil como a cualquier otro tema, sin profundizar y diferenciarse del resto. Se trata de una reivindicación generalizada que la pobreza infantil tenga un tratamiento periodístico diferente, en el que la continuidad informativa sea una de las premisas fundamentales, algo que ahora no sucede. Desde Educo argumentan que no se puede hablar de un tratamiento correcto cuando los medios de comunicación tratan igual a la pobreza infantil que al resto de temas de la agenda mediática.

Para las ONG, esta superficialidad también es consecuencia del desconocimiento generalizado que existe del tema por parte de los periodistas. Esto desemboca en un mal enfoque que, a pesar de no ser malintencionado, no deja de ser erróneo y negativo para la comprensión del problema y para el sector de la población afectado por ella, pues se transmite un mensaje equivocado al público. El desconocimiento se atribuye a la falta de tiempo que experimentan los profesionales para realizar su trabajo, quienes sumidos en la vorágine periodística no pueden dedicar el tiempo necesario a la documentación y el análisis que se requiere para completar un tratamiento adecuado. Una falta de tiempo que, señalan, se ha visto agravada notablemente por la crisis que viven actualmente los medios y que ha provocado una importante reducción en las plantillas e, incluso, el cierre de muchos medios de comunicación. Para Gracia Escudero, de Aldeas Infantiles SOS, la merma en recursos humanos ha restado experiencia y tiempo para meditar dentro de las redacciones.

Una merma de recursos en general y de personal en particular que ha reducido la capacidad de especialización de las redacciones y, en consecuencia, la calidad de los contenidos periodísticos. Ejemplos de ello, son la ausencia de una terminología específica en las informaciones, su mal uso o, de nuevo, la falta de profundidad a la hora de trabajar con ciertos conceptos, muchos de ellos básicos y utilizados frecuentemente en las informaciones. Bajo el umbral de la pobreza, en riesgo de exclusión social, pobreza relativa, desnutrición o malnutrición son algunos de los términos que, aunque aparecen frecuentemente en los medios, carecen de una explicación adecuada para comprender qué realidades denominan y a qué nivel de necesidad remiten. Raquel Fernández, de UNICEF, critica que cuando no se usa la terminología adecuada o no se dan las indicaciones necesarias para entenderla, se tiende al alarmismo, y explica que cuando se publica que la pobreza infantil en España alcanza a 2,3 millones de niños y niñas no significa que haya 2,3 millones de menores que estén pasando hambre en nuestro país, que es lo que suele entenderse, sino que estos niños y niñas se ven sumidos en una situación de pobreza relativa, un grado de necesidad establecido en una baremación determinada que abarca diversas situaciones carenciales, una compleja medición que desde su organización tratan de explicar (UNICEF, 2012).

Las ONG denuncian que, a pesar de que en muchas ocasiones los medios utilizan correctamente los conceptos básicos, su significado no se traslada ni se explica a la ciudadanía, como dando por conocida esta terminología, sin potenciar su comprensión ni la concienciación de la complejidad de la pobreza infantil en el público receptor de

estos mensajes. Desde las ONG se reconoce que en los últimos años, con la crisis económica, el interés mediático hacia la pobreza infantil ha aumentado y ha significado una mayor presencia en los medios que ha generado una llamada de atención social. Las entidades consideran que este interés es positivo aunque el tratamiento que se le dé no sea el más adecuado, puesto que es preferible estar en los medios a no aparecer en la agenda mediática.

Para las ONG, la predisposición del periodista es fundamental en el tratamiento informativo de la pobreza infantil. Consideran que el interés y el compromiso del profesional hacia la problemática se ven reflejados, de un modo u otro, en sus informaciones, intentando salvar las dificultades que condicionan su trabajo, como explican desde Cruz Roja: “Cuando un periodista tiene implicación personal, aunque tenga unos límites, una agenda, un número limitado de palabras o de espacio, se busca todos los recursos, todos los huecos”.

Pero insisten en que, a pesar de las buenas intenciones, es fácil caer en un tratamiento inadecuado como consecuencia de una falta de especialización en la cobertura de temáticas sociales. También reconocen que desde el comienzo de la crisis parece haber mayor sensibilidad hacia estos temas y muchos medios pretenden dar voz a los que no la tienen, según indica Cruz Roja. Desde Aldeas Infantiles SOS ejemplifican este cambio de actitud generalizado, con independencia de la corriente ideológica que tenga el medio, con el uso de imágenes. Explican que cada vez hay más periodistas que entienden que un niño no ha de salir públicamente contando su situación porque se debe proteger su imagen, así como salvaguardar su privacidad e intimidad. También han observado que cada vez es menos frecuente que se solicite que niños que viven en situaciones de pobreza infantil aparezcan como protagonistas identificados de fotografías o de vídeos. A pesar de este cambio positivo, desde Aldeas se puntualiza que el problema que persiste es el enfoque politizado que se le sigue dando a la pobreza en general y a la infantil en particular:

Lo que cada vez ven más fácil de salvar es el que no tengan que salir los niños para decir estoy pasando hambre, eso está claro y ahí no importa de qué lado sean. El problema es darle más énfasis, o decir, estamos saliendo o no de esta crisis o de la situación de pobreza.

Las ONG creen que este cambio de tendencia puede deberse a la influencia que la crisis ha ejercido en la sociedad y a que los problemas derivados de ella no son ajenos a las vidas de los periodistas, pues afectan a su entorno social, incluso al familiar y

personal, como a cualquier ciudadano. Sin embargo, desde Educo no ven tan claro este cambio de tendencia. Para esta organización las informaciones se limitan a culpabilizar a las víctimas y a mostrar sus casos de forma aislada, como una mera consecuencia de una toma irresponsable de decisiones que ha llevado a sus hijos a vivir en una precariedad generada por una imprudencia. Desde Educo denuncian que los medios no se explican ni analizan las causas de esta toma de decisiones que, lejos de ser un caso aislado, fueron tomadas por millones de familias antes del estallido de la crisis.

3.1 El tratamiento de los niños

La opinión mayoritaria entre las entidades es que la infancia es tratada generalmente bien en los medios, incluso a través de autorregulaciones. Este argumento pierde peso cuando las ONG defienden que toda información periodística que verse sobre niños y niñas ha de basarse en el respeto de los Derechos del Niño, algo que reconocen que no se efectúa desde el momento en que la participación infantil, uno de los principios fundamentales de la Convención de los Derechos del Niño, no es tomada en cuenta. En este sentido, desde las ONG critican que, a pesar de que los niños y niñas son las víctimas, y por lo tanto protagonistas de las informaciones que tratan sobre ella, su voz no es tomada en consideración. Una ausencia de participación que desde Educo señalan como un reflejo de la sociedad española, desde la que no se considera ni se valora qué piensan sus ciudadanos más pequeños. Así lo explican e ironizan desde UNICEF:

Lo que decimos desde las entidades que trabajamos la participación infantil es, que al final, lo que se echa de menos, sobre todo en los medios de comunicación, es la participación infantil, es decir, los niños no están en los medios hablando por sí mismos. Bueno sí, en el día de Reyes.

La idea de un tratamiento adecuado de la infancia también pierde fuerza cuando las organizaciones están de acuerdo en que el rol principal en el que aparecen los niños y niñas en los medios de comunicación responde al de víctimas, lo que genera un enfoque victimista que se ve acentuado en el caso de las temáticas sociales, como la pobreza infantil. Desde las ONG denuncian que esta perspectiva suele plasmarse desde el sensacionalismo, con el fin de impactar y no concienciar: un tratamiento que se queda en la superficialidad y que no profundiza en la gravedad de la problemática, sino que permanece en lo anecdótico. Se trata de un enfoque amarillista en el que, reconocen, es muy fácil caer y que se asocia con la estigmatización de las víctimas a través de la

publicación de datos que las señalan. Estos detalles no sólo son innecesarios, sino que además pueden perjudicar a los afectados.

Conclusiones: qué debería incluir un buen tratamiento

En base a los argumentos expuestos previamente, las ONG exigen que cualquier información que se refiera al colectivo de la infancia ha de basarse en el cumplimiento y en el respeto de los Derechos del Niño (Plataforma de Infancia: 2008). Desde las organizaciones, se cree que los medios deben ir más allá en esta materia utilizando sus informaciones para generar conciencia pública de los derechos de los menores, pero también mostrando esta injusticia como una violación de derechos.

Según estas entidades, el rigor y la honestidad son elementos básicos del trabajo periodístico, así como son necesarios para un tratamiento correcto de la pobreza infantil. Entienden que un buen enfoque no se deja doblegar por intereses económicos y políticos y consideran que un tratamiento correcto de la pobreza infantil es el que pone de manifiesto la situación real en la que vive este colectivo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida terminando con la desigualdad existente. Una buena cobertura es aquella que proporciona una visión transversal de la problemática, profundiza a través del análisis de las causas y consecuencias, contextualiza con datos y cifras, además de con ideas y declaraciones de expertos y profesionales que aportan un conocimiento sólido.

Las organizaciones defienden que una buena labor periodística lleva a crear una base argumental fundamentada, así como al planteamiento de soluciones. De este razonamiento se deduce que, para las ONG, un buen tratamiento periodístico de la pobreza infantil ha de perseguir un cambio social.

Para que esta transformación se produzca es necesaria la implicación de la ciudadanía y, en consecuencia, que ésta crea que existe tal necesidad. Las ONG creen que si el periodista logra ponerse en el lugar de los niños y niñas afectados conseguirá que el público receptor de su información se identifique con las víctimas y su precaria situación, por la que ven limitado el ejercicio pleno de sus derechos.

Las organizaciones creen que uno de los mejores recursos para llegar a la sociedad y hacer comprender la pobreza infantil es humanizarla. Por eso apuestan por un periodismo que narre historias reales que evidencien las condiciones de vida de los afectados, pero sin tener que identificarlos, como explican desde Cruz Roja: “Para evidenciar lo que está pasando con la infancia hay que hablar con la infancia, hay que

hablar con las familias. Hay que tratar adecuadamente las historias de vida, las historias de las personas afectadas”. Realizar un enfoque que refleje el testimonio de las víctimas y de su entorno para dar a conocer la pobreza de una forma cercana, identificable y creíble, contada por quienes la padecen, por aquellos que normalmente no tienen voz.

Las ONG también consideran que un buen enfoque da cuenta de las experiencias positivas que se mueven alrededor de la pobreza infantil. A pesar de la dureza y la gravedad del problema, éste también puede mostrarse desde otra perspectiva, como es, por ejemplo, la labor de los voluntarios, personas que dedican su tiempo a ayudar a los demás llevando a cabo un trabajo altruista. O reflejar la historia de los niños y niñas que han conseguido salir de la precariedad y desarrollar una vida menos condicionada por la desigualdad.

En definitiva, desde las ONG se entiende que un buen tratamiento de la pobreza infantil debe convertirse en una herramienta para el cambio social. Así, una información no doblegada a intereses particulares o empresariales, que da cuenta de una realidad injusta profundizando en los factores que la han producido y que la condicionan, así como en sus consecuencias, que es contextualizada, transmitida con empatía y que muestra situaciones reales, se trata de una pieza periodística comprometida con la problemática y que pretende ayudar a terminar con esta desigualdad.

La motivación por mejorar el tratamiento periodístico de la pobreza infantil en la prensa española invita a completar este estudio con una ampliación de la muestra de las ONG entrevistadas y a contar con la opinión de los periodistas como autores de las informaciones objeto de estudio. Además, parece de interés profundizar en las noticias publicadas sobre la temática a través de un análisis de contenido que complemente cuantitativamente a la investigación.

Bibliografía

- Abramovich, V. (2006). Una aproximación al enfoque de derechos en las estrategias y políticas de desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 88, 35-50.
- Awad, I. (2014). Journalism, Poverty, and the Marketing of Misery: News From Chile's "Largest Ghetto". *Journal of Communication*, 64(6). 1066-1087.
- Berganza, M^a. R.; Ruiz, J. A. y otros (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Devereux, E.; Haynes, A. y Power M. J. (2012). Tarring everyone with the same shorthand? Journalists, stigmatization and social exclusion. *Journalism*, 13(4), 500-517.

- Díaz, J. A. (2009). Los valores noticiosos como práctica discursiva periodística. *Espéculo Revista de Estudios Literarios*, 41.
- Instituto Nacional de Estadística (2006). *La pobreza y su medición. Presentación de diversos métodos de obtención de medidas de pobreza*. Madrid: INE.
- Kovach, B. y Rosentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Santillana Ediciones.
- Lafuente, G. (24 de septiembre de 2013). Periodismo con causa. Recuperado de <http://porcausa.org/2013/09/24/periodismo-con-causa.html>
- Plataforma de Infancia (2008). *Los Derechos de la Infancia... su cumplimiento, nuestro compromiso. Convención Internacional sobre los Derechos del Niño. 20 noviembre 1989*. Madrid, Plataforma de Infancia.
- Sábada, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143-175.
- Sen, A. (1983). Poor, relatively speaking. *Oxford Economic Papers*, 35(2), 153-169.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. New York: Free Press.
- UNESCO (2013). *La investigación a partir de las historias. Manual para periodistas de investigación*. Montevideo: UNESCO.
- UNICEF (2012). *La medición de la pobreza infantil. Nuevas tablas clasificatorias de la pobreza infantil en los países ricos del mundo*. Florencia: UNICEF.

Agradecimientos

Los autores agradecen la colaboración desinteresada de las ONG que han participado en este estudio.

Biografía

María San Felipe Frías es Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Tras finalizar en 2014 sus estudios de máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas en la Universidad de Valladolid, decide continuar la investigación iniciada para su trabajo final de posgrado acerca del tratamiento de la pobreza infantil en la prensa española, adhiriéndose al programa de doctorado de Periodismo en la Universidad Complutense. Su tesis doctoral analiza la representación de la pobreza en la prensa española durante la crisis económica, así como las relaciones de producción que se establecen entre los medios y los gabinetes de comunicación que abordan esta problemática. Correo electrónico: msanfe@ucm.es

Miguel Vicente Mariño es Profesor Titular del Departamento de Sociología en la Universidad de Valladolid, donde ocupa el puesto de Secretario Académico de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación en el Campus María Zambrano de Segovia. Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad, es miembro del Comité Ejecutivo de la European Communication Research and Education Association (ECREA) y subdirector de la sección de Investigación de Audiencias de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Sus líneas de investigación se centran en el estudio de los contenidos, las audiencias y los efectos sociales de los medios de comunicación, la comunicación medioambiental y los métodos de investigación aplicados al campo de la comunicación.

Correos electrónicos: miguelvm@soc.uva.es mvicentem@yahoo.es

Página web personal: <http://sociologiaytrabajosocial.sitios.uva.es/?q=node/58>

El papel de los jóvenes en la construcción de los medios para el cambio social en España

The role of youth in the media construction for social change in Spain

Sergio Villanueva Baselga, Universitat de Barcelona
Juan Ramos Martín, Universidad de Salamanca
Alejandro Barranquero, Universidad Carlos III de Madrid
Gloria Rosique Cedillo, Universidad Carlos III de Madrid

Resumen

El trabajo que se presenta tiene por objetivo describir los primeros avances del proyecto de Investigación ‘Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación’ (<http://jovenesytercersector.com>) financiado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y que tiene entre sus objetivos plantear una cartografía pionera de los medios comunitarios, libres, asociativos y alternativos del Estado español, así como evaluar qué rol y grado de participación manifiestan los jóvenes en el sector. La metodología parte de una encuesta auto-administrada a más de 260 medios del Estado español, que se triangula con los resultados cualitativos de tres grupos de discusión en el que participan jóvenes de distintas Comunidades Autónomas y que comprende preguntas relacionadas con: la trayectoria de cada participante en el medio comunitario y su visión estratégica del sector; los procesos de enseñanza/aprendizaje que se desarrollan en el Tercer Sector de la Comunicación; o las influencias que los nuevos movimientos sociales proyectan sobre las concepciones y dinámicas de estos medios.

Palabras Clave

Medios comunitarios; medios ciudadanos; comunicación alternativa; tercer sector de la comunicación; comunicación para el cambio social; educación.

Abstract

This paper aims at describing the first advancements of the research project “Youth and the Third Communication Sector in Spain” (<http://jovenesytercersector.com>) funded by the Reina Sofia Center on Adolescence and Youth. The objective of this project is to develop a pioneering mapping of Spanish community, free, associative and alternative media sector, as well as to assess the role and involvement of young people in the field. Methodology is based on an online survey to more than 260 Spanish community media, triangulated with the qualitative results from three focus groups that include the participation of youngsters from different Spanish regions. These focus groups contain questions concerning the trajectory and strategic vision of youngsters within community media; the teaching / learning process comprised in the third communication sector; and the influences that new social movements project on the conceptions and dynamics of the area.

Keywords

Community media; citizen media; alternative communication; Third communication sector; communication for social change; education.

Agradecimientos

Agradecemos, en primer lugar, el sustento económico que garantiza la sostenibilidad del proyecto del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. En segundo lugar, el apoyo desinteresado tanto de María Navarro, directora de *Radiópolis*

Sevilla y presidenta de la Red de Medios Comunitarios, como de los jóvenes andaluces que, desinteresadamente, participaron en el primer grupo de discusión. Por último, extendemos el agradecimiento al resto del equipo del proyecto “Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España”.

Biografía

Sergio Villanueva es Investigador y Docente del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universitat de Barcelona. Sergio Villanueva Baselga es estudiante de doctorado en la Universitat de Barcelona y becario de investigación APIF. Su tesis estudia los procesos participativos en la creación audiovisual de los medios comunitarios centrándose en la teorización del vídeo participativo como objeto fílmico documental. Su investigación se amplía, además, el uso político de los medios, tanto tradicionales como nuevos, en la representación del género en las narrativas mediáticas y en los modos de comunicar la ciencia a la sociedad. Posee diversas publicaciones en torno al tratamiento teórico de los vídeos participativos y ha participado en una decena de congresos. Es miembro del equipo de investigación DHIGECS, y participa en el proyecto I+D Formación sociopolítica y construcción identitaria en la Educación Secundaria financiado por el Ministerio de Economía. En la actualidad, compagina su tesis con el máster Docencia Universitaria para el Profesorado Novel impartido en la misma Universitat de Barcelona y participa en dos grupos de innovación docente. Ha colaborado también en diversos proyectos de divulgación con el Observatori de la Difusió de la Ciència de la Universitat Autònoma de Barcelona. Pertenece a la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), donde ha cofundado junto con Alejandro Barranquero, Miriam Meda y Núria Reguero el Grupo de Trabajo en Comunicación y Ciudadanía, y a la European Communication Research and Education Association (ECREA), donde es el representante por España de su sección de jóvenes (YECREA). Correo electrónico: sergio.villanueva@ub.edu

Juan Ramos Martín es Investigador del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca. Facultad de Ciencias Sociales. Licenciado en Comunicación Audiovisual, Máster en Estudios Latinoamericanos y Doctorando en Estado de Derecho y Gobernanza Global en la Universidad de Salamanca. Principales líneas de investigación: participación ciudadana en los procesos de *policy-making*, movimientos sociales y comunicación, teoría crítica y Escuela Latinoamericana de Comunicación. Autor de numerosas publicaciones en revistas y libros tales como *Journal of Radio and Audio Media*, *Palabra Clave*, *Intercom*, *Diálogos de la Comunicación*, *Quórum Académico*, *Alterjor*, *Redes.com*, etc. Miembro del Grupo de Investigación reconocido en Industrias Creativas, Culturales y de la Comunicación (GRIC), así como de las asociaciones científicas REALCODE, ULEPICC o CMFE. Correo electrónico: jrm@usal.es

Alejandro Barranquero es Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III (Madrid). Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Licenciado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual y Doctor en Comunicación en la Universidad de Málaga. Sus líneas de investigación comprenden: la comunicación para el desarrollo y el cambio social; los procesos críticos de educación y alfabetización de/con/sobre medios (edukomunicación) y los medios comunitarios, alternativos y ciudadanos-. Autor de

distintas publicaciones en revistas académicas y libros como *Comunicar*, *Cuadernos.info*, *Palabra Clave*, *Redes.com*, *Diálogos de la Comunicación*, *Development in Practice* o *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Es miembro del Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid; y director del Proyecto I+D “Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España” (2014/2015). Correo electrónico: abarranq@hum.uc3m.es

Gloria Rosique Cedillo es Profesora del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III (Madrid). Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Licenciada en Comunicación Audiovisual, Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual por la Universidad Carlos III y Doctora Europea en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Principales líneas de investigación: Fiscalización ciudadana de los medios, participación ciudadana y contenidos de televisión, sistemas comparados de educación universitaria, el documental audiovisual. Autora de más de una veintena de artículos y capítulos de libros en revistas como: *Cuadernos.info*, *Obra Digital*, *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Trípodos*, *Razón y Palabra*, *Historia y Comunicación Social*, etc. Miembro del grupo de investigación PASSET (Periodismo y análisis social: evolución, efectos y tendencias, UC3M) y del grupo de investigación “Periodismo y fuentes de información política en España: relaciones y dinámicas comunicativas”. Coordinadora del grupo de investigación de políticas educativas comparadas en la Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico (UNIVDEP). Integrante del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Correo electrónico: grosique@hum.uc3m.es

La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Análisis cuantitativo y cualitativo de las emisoras de la provincia de Cádiz

Local public broadcasting in Andalusia: present situation and social impact. Quantitative and qualitative analysis of the radio stations in the province of Cádiz

Gonzalo Ceballos Castro, Universidad de Cádiz

Víctor Manuel Marí Sáez, Universidad de Cádiz

Belén Macías Varela, Universidad de Cádiz

Resumen

Esta comunicación tiene como principal objetivo la presentación de los resultados obtenidos hasta la fecha en el proyecto del Plan Nacional I+D+I CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. El proyecto, que lleva el mismo título que la presente comunicación, tiene como objetivos principales: 1) conocer la realidad de los medios de comunicación públicos locales (radios y televisiones locales) de la comunidad andaluza para comprobar en qué medida estos medios sirven para propiciar una mayor participación ciudadana; 2) conocer los contenidos que ofertan las emisoras municipales de radio y televisión en Andalucía, teniendo en cuenta, preferentemente, aquellos que responden a los criterios de “servicio público”.

En este sentido, se presentarán los resultados obtenidos hasta la fecha, correspondientes a la provincia de Cádiz. En el nivel cuantitativo se ha elaborado un cuestionario dividido en seis grandes apartados (ficha técnica, programación y contenidos, recursos humanos, equipamiento e instalaciones y financiación) que se ha administrado telefónicamente a los responsables de cada una de las emisoras de la provincia. En el plano cualitativo, se ha aplicado la metodología del estudio de casos para analizar cuatro emisoras representativas de las radios públicas locales gaditanas.

A la vista de los resultados, una de las primeras conclusiones del estudio apunta a la posibilidad de considerar a estos medios públicos locales como termómetros de la calidad democrática de la sociedad andaluza, en general, y de las localidades en las que se ubica cada uno de estos medios, en particular. Los medios públicos locales, también denominados medios del Tercer Sector, se sitúan en un juego de fuerzas que amplía o limita las posibilidades de participación y de deliberación de la ciudadanía.

Los resultados preliminares del proyecto apuntan en varios sentidos: 1) a un predominio de las fuerzas del mercado a la hora de orientar las políticas y las prácticas comunicativas de los medios públicos locales de Andalucía; 2) a una infrautilización de los medios públicos locales por parte del poder político local, que no termina de aprovechar las potencialidades de servicio público y de participación ciudadana de estos medios y 3) a un escaso “empoderamiento comunicativo de la ciudadanía” (Chaparro, 2007), que solamente en un reducido número de las localidades estudiadas está aprovechando estos medios para ejercer cotidianamente sus derechos en el campo comunicacional.

Palabras clave

Medios públicos locales; Tercer Sector de la comunicación; Análisis cuantitativo y cualitativo.

Abstract

The main objective of this paper is present the results obtained in the Project of the National Plan I + D + I CSO2011-29195: Local public broadcasting in Andalusia: present situation and social impact. The project, which bears the same title as the present paper; has as main objectives: 1) know the reality of the local public media (local radio and television) of Andalusia, to check to what extent they serve to promote a greater citizen participation; 2) know the contents that local radio and television in Andalusia offer; considering, preferably, who answer the criteria of “public service”.

In this sense, we will present the results obtained in the province of Cadiz to date. At the quantitative level, we have developed a questionnaire divided in six main sections (specification sheet, programming and contents, human resources, equipment and facilities and financing) that has been administered by telephone to the responsible for each of the radio stations in the province. In qualitative terms, we applied a case study methodology to analyze four representative stations of local public radio of Cadiz.

Based on the results, one of the first conclusions is the possibility of considering these local public media as thermometers of democratic quality of Andalusian society in general, and the locality where each is located such media, in particular. The local public media, also called Third Sector media, are placed in a game of forces which broad or limit the possibilities of citizens' participation and deliberation.

Preliminary results of the project suggest several directions: 1) a predominance of market forces when guiding policies and communicative practices of local public media of Andalusia; 2) a underuse of local public media by the local political power, which do not take advantage of the potential of public service and citizen participation of these media and 3) a poor “communicative empowerment of citizenship” (Chaparro, 2007), as only in a small number of the studied localities they are leveraging these media to exercise their rights in communication field daily.

Keywords

Local public media; Third Sector of communication; quantitative and qualitative analysis.

Agradecimientos

Este artículo se encuadra dentro del Proyecto del Plan Nacional I+D+I CSO2011-29195 del Ministerio de Economía y Competitividad: “La radio y la televisión local en Andalucía: situación actual e incidencia social”, el cual es dirigido por el Dr. Manuel Chaparro Escudero (IP).

Biografía

Gonzalo Ceballos Castro es Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Miembro del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Miembro de la Secretaría de Redacción de la revista *Commons*. Colaborador en el equipo investigador de la UCA Comunicación y Ciudadanía Digital que integra el equipo del Plan Nacional I+D+i CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Investigador Principal: Dr. Manuel Chaparro Escudero (Universidad de Málaga-UMA). En la actualidad realiza el Doctorado Interuniversitario en Comunicación en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es

Víctor Manuel Marí Sáez es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Premio Extraordinario de doctorado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Director del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz y la revista *Commons* editada por este mismo grupo. Actualmente es profesor Contratado Doctor en la Universidad de Cádiz en el Departamento de Marketing y Comunicación. Participa con asiduidad en postgrados especializados en comunicación de varias universidades españolas. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador), en la Universidad de Temuco (Chile) y en la Universidad de Roskilde (Dinamarca). Ha formado parte en la coordinación y dirección de investigaciones sociológicas como experto en investigación social y comunicación en diferentes proyectos. Ha desarrollado sus funciones como investigador participante en diferentes proyectos como planes nacionales de I+D+I y en proyectos de investigación de excelencia de la Junta de Andalucía. Como investigador principal ha desarrollado un proyecto para la Agencia española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID). Autor de una amplia producción artículos, libros y colaboraciones sobre comunicación, nuevas tecnologías, movimientos sociales, participación; ONG; artículos publicados en revistas nacionales e internacionales especializadas en la materia. Correo electrónico: victor.mari@uca.es

Belén Macías Varela es Diplomada en Turismo y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz. Durante sus estudios universitarios ha realizado prácticas en Madrid en seis de las agencias de más prestigio a nivel creativo, gracias a ser seleccionada por el Club de Creativos a nivel nacional. Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Actualmente se encuentra realizando su Tesis Doctoral, es profesora contratada del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz y miembro del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital. Ha realizado varias publicaciones y comunicaciones a congresos, nacionales e internacionales, además de estancias en otras universidades. Correo electrónico: belen.macias@uca.es

Laboratorio de Innovación Periodística: Contribución de la “indisciplina” y de la “multidisciplinariedad” ante la crisis de los medios

Journalism Innovation Lab: The contributions of “indiscipline” and “Multidisciplinarity” with regards to the crisis of media

Alfredo Casares Corrales, Laboratorio de Innovación periodística de Diario de Navarra
Leila Chivite Matthews, Laboratorio de Innovación periodística de Diario de Navarra

Resumen

El mundo global es cada vez más complejo y cambia rápidamente; la vida es cada vez más indisciplinada. Requiere de una mirada amplia y diversa, capaz de relacionar y explicar lo que sucede de forma valiosa para los ciudadanos.

Esta idea pone en marcha la experiencia social y profesional del Laboratorio de Innovación Periodística de Diario de Navarra (DN Lab) que presentamos ahora en este artículo. Una experiencia que parte de la “multidisciplinariedad” y la “indisciplinabilidad” con el objetivo de contribuir a la búsqueda de respuestas a la crisis del periodismo actual.

Nuestra labor consiste en poner a prueba nuevas formas de informar que combinen el conocimiento, el contenido, la tecnología a través del periodismo de datos y nuevas narrativas audiovisuales; investigar para contribuir a transformar nuestra forma de trabajar y desarrollar proyectos que atiendan las necesidades de los ciudadanos.

Nuestra hipótesis es que desde el interior de los medios de comunicación de masas es difícil generar y dar vida a procesos multidisciplinares y que resulta necesario diseñar un modelo de trabajo nuevo, autónomo, más ágil y libre a la hora de actuar. Nos preguntamos si sería posible construir e implantar un modelo de redacción transdisciplinar donde convivan miradas diversas en un equipo, y organizarlas alrededor de la comunidad.

Utilizamos la metodología *Design Thinking* de investigación y desarrollo en la elaboración de nuestros proyectos, un método de innovación que propone la resolución de problemas a través de la creatividad y el método científico.

Esperamos que esta experiencia aporte métodos y procesos que se incorporen a la experiencia práctica del medio. Crear relaciones de trabajo con diferentes universidades y otras instituciones, así como contribuir en hacer de DN Lab una herramienta capaz de ayudarnos a generar y compartir conocimiento sobre las comunidades transformándolo en acciones hacia un mejor periodismo.

Palabras clave

Periodismo; indisciplina; multidisciplinariedad; laboratorio; innovación.

Abstract

The global world is increasingly complex and it changes quickly. Life is becoming more undisciplined. It requires a broad and diverse outlook capable of relating and explaining events in a valuable way for citizens.

The social and professional experience of the Journalistic Innovation Lab of the Diario de Navarra (DN Lab), which we present in this article, is based on this idea. This experience is based on “multidisciplinarity” and “indiscipline” in order to contribute to find answers to the current crisis of journalism.

Our job consists on testing new ways of informing citizens which combine knowledge, contents and technology through data journalism and new audiovisual

narratives; researching to contribute to a change in the way we work and developing projects that meet the citizens' needs.

Our hypothesis is that it is very difficult to generate and bring to life multidisciplinary processes from inside the mass media and it is necessary to design a new model of work that is autonomous, more flexible and free to act. We wonder if it would be possible to build and implant a model for transdisciplinary writing and editing where different points of view coexist in the same team and to organize them around community.

We use the Design Thinking research and development methodology to create our projects. This method of innovation proposes solving problems through creativity and scientific method.

We hope that this experience provides methods and processes that can be incorporated into the practice of the media and can create working connections with different universities and other institutions, as well as contribute to make DN Lab a tool capable of helping us create and share knowledge about communities and transform it into actions which lead to a better journalism.

Keywords

Journalism; indiscipline; multidisciplinary; laboratory; innovation.

Introducción

Ante el cambio tan drástico que se ha producido en nuestras sociedades, en todo lo relativo al surgimiento de nuevas tecnologías, los hábitos de consumo de información, así como los cambios producidos a nivel demográfico (nuevos lectores), surge la iniciativa por conectar a la sociedad con el medio¹. Es en plena crisis de modelo de negocio cuando los medios tradicionales buscan una alternativa digital que les permita adaptarse a este entorno y ser útiles a los ciudadanos.

Es en estas circunstancias cuando parece aconsejable abrirnos e incorporar al ejercicio del periodismo otros perfiles y disciplinas que enriquezcan nuestra mirada. No a emplearlas como fuentes, sino a sumarlas a los equipos de trabajo desde el inicio del proceso y en todas sus etapas: comprender, observar, valorar, decidir, describir y trasladar la realidad a los ciudadanos.

En el artículo que presentamos a continuación relatamos nuestra experiencia como laboratorio de innovación periodística. Explicamos en que consiste la labor de nuestro laboratorio, qué teorías apoyan nuestro afán por la búsqueda de un nuevo modelo de trabajo multidisciplinar, qué metodología de trabajo utilizamos y mostramos dos ejemplos de trabajo con equipos multidisciplinarios para la innovación en periodismo.

¹ Cuando hablamos de “medio” en este artículo siempre nos referimos al medio de comunicación de masas tradicional.

1. Laboratorio de Innovación Periodística de Diario de Navarra

El Laboratorio de innovación periodística de Diario de Navarra² es un punto de encuentro donde profesionales y estudiantes de diversas disciplinas experimentamos para descubrir nuevas formas de informar a los ciudadanos y adaptarnos a sus intereses. Es un espacio abierto, al que invitamos a unirse a quienes mantienen un compromiso con el futuro del periodismo.

Nace en 2014 con la colaboración de la Universidad de Navarra, la Universidad Pública de Navarra y el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra. Se encuentra en Pamplona, en la sede del Diario de Navarra.

Estamos en contacto permanente con la comunidad, observamos la realidad cotidiana e investigamos sobre los hábitos de las personas para ser capaces de diseñar y probar soluciones para satisfacer sus necesidades.

En el laboratorio empleamos *Design Thinking* como método de indagación e ideación, así como principios de *Lean Startup* para construir prototipos, medir resultados y aprender en ciclos cortos.

Nuestros equipos están formados por personas de diferentes disciplinas, de procedencias distintas y de perfiles variados. En el laboratorio conviven periodistas, sociólogos, ingenieros informáticos y de telecomunicaciones, diseñadores y profesionales del marketing o las ventas.

Es un espacio donde reflexionamos sobre el periodismo, los periodistas y su necesidad de adaptación a los profundos y veloces cambios sociales.

El escenario digital despierta entusiasmo porque conecta con los nuevos hábitos y ofrece enormes posibilidades de interacción. La tecnología facilita que las personas decidan qué información quieren recibir, en qué momento del día y en qué dispositivo, lo que supone un reto profesional apasionante. Al mismo tiempo, esta transformación abre interrogantes acerca de un modelo de negocio que permita subsistir a las empresas informativas tradicionales. En este momento, la actitud emprendedora es un valor que queremos promover dentro y fuera de las organizaciones.

² Periódico local fundado en 1903 editado en Pamplona (Navarra) desde entonces sin interrupción.

2. Indisciplina y Multidisciplina como principios para trabajar desde el periodismo y la innovación en medios de comunicación

La pasión por la búsqueda de intersecciones entre diferentes culturas y disciplinas le viene a Frans Johansson desde la cuna. Hijo de padre sueco y madre de origen afroamericano y *cherokee*, ha dedicado su vida profesional a favorecer la diversidad como una fecunda fuente de creatividad e innovación. En su libro “El efecto Medici” repasa decenas de ejemplos para ilustrar cómo iniciar procesos de generación de nuevas ideas: ampliando los puntos de vista de personas con origen, género, especialidad y experiencia vital variados; ensanchando nuestra red de relaciones y adentrándonos en terrenos desconocidos, o combinando conceptos de disciplinas distintas.

Para quienes tendemos a descubrir referencias al periodismo en todos los libros, fue sencillo encontrarla en el de Johansson. Describe -sin duda- al periodista cuando se refiere al “hombre del Renacimiento moderno” como:

Alguien que puede ver tendencias y modelos e integrar lo que sabe. Es curioso, se interesa por distintas cosas. Debe estar dispuesto a perder el tiempo en cosas que no son relevantes directamente para su trabajo pero puede integrarlas en él (Johansson, 2005: 78).

Precisamente hoy, cuando la realidad se vuelve más compleja, interrelacionada y poliédrica, las redacciones de los medios se encuentran más desprovistas de esa mirada “renacentista” y atenta, capaz de añadir sabiduría, contexto, memoria. Apenas quedan ya reporteros y reporteras formados en una época en la que se abrían espacios para leer, conversar o hacerse preguntas. Cuando se podía perder el tiempo en adquirir conocimientos y experiencias que emplear para hacer mejor periodismo. Una época en la que el tiempo discurría más despacio. El tiempo ya no transcurre; gira veloz alrededor de un presente de 24 horas.

En plena crisis de modelo de negocio, los medios tradicionales buscan una alternativa digital que les permita adaptarse a este entorno y ser útiles a los ciudadanos. Y, necesariamente, lo hacen enfocados en el producto final, el soporte más oportuno, la plataforma más conveniente. Simultáneamente, las autoproclamadas redacciones del futuro se organizan también orientadas a los productos e incorporan nuevos perfiles técnicos capaces de hacerlos realidad. Y olvidan a menudo un ingrediente esencial: “[...] ningún oficio puede ejercerse de manera consciente si las competencias técnicas que exige no se subordinan a una forma cultural más amplia, capaz de animar a cultivar el espíritu con autonomía y dar libre curso a su curiositas” (Ordine, 2013: 81). Así lo expresa Nuccio Ordine en *La utilidad de lo inútil*, una vigorosa defensa de la curiosidad

y el conocimiento sin ataduras a un fin concreto.

El utilitarismo desesperado somete el ejercicio del periodismo a la fabricación de un producto. Las empresas periodísticas deberían buscar la utilidad también en el corazón mismo de su trabajo, el periodismo, que hoy, además, puede resultar más útil que nunca. Como sentencia Ordine: “[...] considero útil todo aquello que nos hace mejores” (Ordine, 2013: 9).

En estas circunstancias de incertidumbre, velocidad y escasez de tiempo parece aconsejable abrirnos e incorporar al ejercicio del periodismo otros perfiles y disciplinas que enriquezcan nuestra mirada. No a emplearlas como fuentes, sino a sumarlas a los equipos de trabajo desde el inicio del proceso y en todas sus etapas: observar, interpretar, comprender, valorar, decidir, enfocar, describir y trasladar la realidad a los ciudadanos.

El profesor venezolano Miguel Martínez Miguélez, de la Universidad Simón Bolívar de Caracas (Venezuela), lleva años estudiando la intersección de disciplinas para enriquecer esa mirada. En su artículo “Transdisciplinariedad y lógica dialéctica” sostiene que:

Cada uno de nosotros ha nacido y crecido en un contexto y en unas coordenadas socio históricas que implican unos valores, creencias, ideales, fines, propósitos, necesidades, intereses, temores, etc. y ha tenido una educación y una formación con experiencias muy particulares y personales. [...] sólo con el diálogo y con el intercambio con los otros espectadores podemos lograr enriquecer y complementar nuestra percepción de la realidad (Martínez, 2005: 11).

Y añade un reproche a la universidad porque contribuye, en su opinión, a consolidar la parcelación en compartimentos estancos, zonas de confort y poder. Lo resume con agudeza: “Mientras que la universidad es disciplinada, los problemas reales del mundo son indisciplinados” (Martínez, 2005: 5).

Lo cierto es que permitir que otros participen en desempeñar una labor para la que consideramos que sólo nosotros estamos capacitados no es una tarea sencilla. “Tendemos a permanecer con las personas que son como nosotros y piensan como nosotros, y a evitar a las que son diferentes” (Johansson, 2005: 81), advierte Johansson. “Existe otra razón, además de la genética, para nuestra tendencia a estar con gente como nosotros: hace que todo sea mucho más fácil” (Johansson, 2005: 84).

Hemos aprendido que solo un pensamiento complejo (Morin, 1998) puede aportar soluciones a los conflictos de una sociedad compleja. Este pensamiento supone articular la especialización con la integración de las disciplinas en un esfuerzo multidisciplinar

(Bateson, 2006). Supone el encaje de la creatividad de la mente (Boden 1994), para producir grupos o incluso una nueva clase social creativa (Florida, 2010). En esta apuesta las ciencias sociales, y en especial la comunicación por su carácter transversal y su vocación indisciplinada, tendrían mucho que decir (Watzlawick, 2014).

3. Metodologías para la Innovación Periodística

Desde DN Lab empleamos dos metodologías para la elaboración de nuevos productos y servicios: *Design Thinking* como método de indagación e ideación y *Lean Startup* para la confección de nuevos modelos de negocio que hagan de los productos y servicios ideados por el equipo negocios sostenibles en sí mismos, así como poder aprender en ciclos cortos.

Son métodos ágiles que nos permiten experimentar, indagar y probar nuestras ideas así como cambiarlas rápidamente si es necesario. Este tipo de metodología permite identificar la intersección entre los intereses y necesidades de la población y los intereses del medio, empresa u organización.

3.1 Design Thinking

La metodología *Design Thinking* combina la perspectiva y capacidad de observación del diseñador con los principios de investigación, iteración y verificación del método científico. Esta disciplina tiene por objetivo procurar el bienestar en la vida de las personas indagando acerca de sus hábitos, preocupaciones y necesidades para darles posibles soluciones. Es decir, la principal tarea de este método es identificar problemas a través del método científico y generar soluciones creativas desde la perspectiva del diseño.

Para identificar los problemas de la población y ofrecer soluciones creativas de forma efectiva, es necesario abordarlos desde diferentes perspectivas y por ello trabajar con equipos multidisciplinares. Como hemos explicado en el apartado anterior, los equipos multidisciplinares nutren los procesos y el trabajo de diversos puntos de vista y favorecen la creatividad y la innovación.

El método se divide en diferentes etapas de trabajo: Comprender, Observar, Definir, Idear, Prototipar, Evaluar e Implementar. En la tabla que mostramos a continuación especificamos en que consiste cada etapa y que técnicas de investigación e ideación utilizamos.

Tabla 1. Etapas de Design Thinking

ETAPA	DESCRIPCIÓN	TÉCNICAS
Comprender	Responde las preguntas del proyecto contextualizándolas con datos. Es el análisis que efectuamos sobre los datos y materiales que tenemos ya a nuestra disposición.	Análisis cuantitativo de los datos secundarios. Análisis de contenido. Revisión bibliográfica y de antecedentes.
Observar	Aquí profundizamos en la investigación, dando voz a los ciudadanos/as, al futuro usuario de nuestros productos y servicios.	Entrevistas en profundidad. Análisis cualitativos: mapas de empatía.
Definir	Concluimos la investigación definiendo los <i>insights</i> de los entrevistados/as. Estos nacen al procesar y sintetizar la información que se obtiene al enfrentarse al problema o pregunta que estamos tratando para hacer conexiones y descubrir patrones racionales.	Elaboración del informe de investigación.
Idear	Proceso de diseño y generación de múltiples ideas que den solución a las necesidades de los usuarios/as, inspiradas en los <i>insights</i> y apoyadas en los datos y la fase de investigación.	<i>Brainstorming</i> . <i>Cardstorting</i> .
Prototipar	Los prototipos son elementos informativos como dibujos, artefactos y objetos con la intención de responder preguntas que nos acerquen a la solución final. Fabricamos “pretotipos” con un coste de tiempo y material mínimo, una vez probado si la idea funciona bien, se pasará a construir un prototipo con un coste mayor (un prototipo tecnológico).	Transformación de la idea en un objeto físico trabajando en equipo.
Evaluar	Este paso consiste en solicitar <i>feedback</i> sobre los prototipos que se han creado. Los primeros en evaluar las ideas son los <i>innovators</i> personas con una curiosidad innata que ven más allá de la idea que les presentas, siempre tratan de mejorarla viven la crítica constructiva día a día y forma parte de su personalidad.	Observación no participante. Entrevista semi-estructurada.
Implementar	Cuando la idea ha sido evaluada y aprobada por los usuarios se pasa a la construcción del modelo de negocio y al desarrollo definitivo del producto o servicio.	Desarrollo de modelo de negocio. Desarrollo tecnológico.

Fuente: Elaboración propia

Es importante recalcar que este método está inspirado en el pensamiento deductivo. Una forma de pensar que produce soluciones que no derivan del problema sino que encajan en el mismo. El pensamiento deductivo formula interrogantes a través de la comprensión de los fenómenos que rodean al diseñador, es por ello que se presta especial atención a la mirada sociológica u antropológica, disciplinas que incorporan dicha forma de pensamiento.

3.2 Lean Startup

Esta metodología trata de abordar el modelo de negocio basándose en un aprendizaje de validación, experimentación científica y evaluación del lanzamiento del producto en ciclos cortos para poder re formular o modificar el producto mismo. Es por ello que la metodología anterior encaja y nutre el proceso de creación de modelo de negocio *Lean Startup*. Además de ser un proceso inspirado en el método científico también busca que el diseño del producto-servicio suceda con la menor financiación y gasto posible.

Un método que todavía estamos aprendiendo pero que no hemos puesto en práctica real. Pudimos probarlo sobre uno de nuestros proyectos en un taller formativo, pero así como la metodología *Design Thinking* la hemos puesto en práctica y la hemos reconfigurado para crear un modelo de trabajo en nuestro laboratorio todavía no hemos podido probar *Lean Startup* en la fase de implementación.

3.3 Experiencias similares

Este tipo de metodologías son utilizadas en varias empresas pero también están vinculadas a los medios de comunicación actualmente. Nos gustaría enumerar varias experiencias nacionales e internacionales donde se hace uso de la metodología *Design Thinking* entre las que se encuentran: el Máster en Innovación de Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, una beca por la Universidad de Stanford para trabajar un proyecto de *Design Thinking* concedida al periodista Español Carlos Martínez, y el grado apoyado por la empresa IDEO de aplicación del *Design Thinking* en periodismo.

4. La experiencia de trabajo multidisciplinar en DN Lab

En DNLab contamos con varias experiencias de trabajo multidisciplinar que han corroborado nuestras expectativas. Dentro de estas destacamos dos: nuestra participación en el Jacathon Aragón OpenData³ y la fase de ideación en el proyecto Pamplona 24 horas.

Se trata de dos experiencias en las que hemos conseguido combinar diferentes

³ El Jacathon Aragón Open Data pretende reconocer la realización de proyectos que suministren cualquier tipo de estudio, servicio, aplicación web, (incluyendo *widgets*, *portlets*, *mashups*, sitios *web*) historia, desarrollo, aplicaciones para dispositivos móviles, entre otros, los cuales utilizan un conjunto de datos del portal de Datos Abiertos del Gobierno de Aragón, Aragón Open Data. El evento tuvo lugar en Jaca del 26 hasta el 27 de Septiembre. <http://opendata.aragon.es/portal/jacathon>

perspectivas y disciplinas con el objetivo de generar procesos de trabajo que enriquezcan la labor actual del periodismo. Probamos y experimentamos con el objetivo de que algún día podamos integrar procesos multidisciplinares de trabajo en nuestro medio.

4.1 Jacathon Aragón Open Data

Participamos en un evento para desarrolladores, periodistas y reutilizadores de datos que fue organizado por el Gobierno de Aragón. Enviamos un equipo formado por un ingeniero de telecomunicaciones y hacker, una periodista y una socióloga para participar en la categoría Open Data: desarrollo, aplicación o historia con datos de Aragón Open Data.

Llevamos a cabo durante todo un fin de semana la elaboración de una historia periodística alrededor de datos abiertos acerca de la educación con visualización de datos. Descubrimos que nuestros diferentes enfoques y disciplinas encajaban y funcionaban mejor como equipo multidisciplinar que si hubiéramos llevado un equipo de periodistas. La perspectiva y conocimientos de un ingeniero no solo facilita la creación de la visualización de datos sino que aporta valor a la historia en sí misma y a la presentación de los datos. El análisis proporcionado desde la sociología da encaje y profundidad a los datos utilizados y el periodista es indispensable a la hora de comunicar la historia elaborada entre los integrantes del equipo. En el caso de que hubiésemos llevado un equipo formado por una de las disciplinas hubiera provocado que el proyecto se devaluara: un equipo de ingenieros podría haber proporcionado un desarrollo técnico superior, uno de sociólogos un análisis de los datos más profundo y uno de periodistas habría contado una historia, pero es la intersección de disciplinas la que combina la comunicación, el análisis y la tecnología para producir una mejor historia.

4.2 “Pamplona 24 horas”

“Pamplona 24 horas” es un proyecto ideado para cambiar la experiencia de consumo de información de los lectores de Pamplona y Comarca⁴. Este proyecto busca ofrecer una cobertura informativa cercana, ajustada a los intereses del ciudadano sobre

⁴ Pamplona y Comarca: Se trata de los 28 municipios que rodean la ciudad de Pamplona, lo que también se denomina Cuenca de Pamplona. Pamplona y Comarca cuentan con 348.535 habitantes en total.

temas particulares y adaptable a todos los soportes digitales. Que permita ejecutar cambios en la manera de comunicar para establecer un contacto más estrecho entre la sociedad y la figura del periodista.

Nos gustaría destacar la fase de ideación que trabajamos en este proyecto. Utilizamos la técnica del *Brainstorm* y basamos nuestras ideas en los *insights* de la investigación:

- Los jóvenes necesitan información inmediata a causa de la escasez de tiempo.
- La ciudadanía necesita reducir la ansiedad debida a la sensación de aceleración y escasez de tiempo.
- La ciudadanía necesita reducir la ansiedad producida por la “sobreinformación”.
- La ciudadanía necesita información cercana debido al sentimiento de pertenencia a su zona.

Durante la fase de ideación trabajamos un equipo formado por personas de diferentes edades y disciplinas: tres periodistas, un estudiante de ingeniería de telecomunicación, un estudiante de administración de empresas, una socióloga y tres estudiantes de sociología.

A lo largo del proceso de ideación se dio vida a varias ideas que, de no haber sido confeccionadas por un equipo multidisciplinar y de no haber sido trabajadas al margen del medio y desligados de la marca, no podrían haberse probado. La mezcla de diferentes perspectivas produjo una lluvia de ideas que chocaba o rompía con lo anteriormente conocido.

Un ejemplo claro es el prototipo de “la nube”. Se trata de un medio que muestra la actualidad y las noticias destacadas a través de una nube de ideas. El periodista destaca las palabras clave asignadas a las noticias con diferentes tamaños en base a su relevancia, pero a su vez si los usuarios generan varias búsquedas sobre una noticia en concreto, la palabra clave de dicha noticia adquirirá un mayor tamaño. Es entonces un medio que ofrece actualidad a criterio de los profesionales y que a su vez sirve como barómetro para medir la relevancia social de las noticias que ofrecemos. Esta es una idea que nace de la creatividad y la imaginación prestadas por el equipo para cumplir con los cuatro *insights* destacados de la ciudadanía de Pamplona y Comarca. Ofrece

información inmediata, una interfaz limpia que no abruma al lector, es un medio ágil y de consulta que no resta mucho tiempo al lector y solo trata temas de Pamplona y Comarca.

Foto 1. Buscador en formato nube de ideas



Fuente: Elaboración propia

Estas dos experiencias nos animan a seguir trabajando en la creación de un nuevo modelo de trabajo que ayude a aportar posibles soluciones a la crisis del periodismo actual. Un modelo de redacción nuevo, que se construya desde cero, al que se incorporen progresivamente personas y recursos. Un entorno físico diferente con nuevos horarios, costumbres, roles y funciones. Una nueva cultura interna. Organizada en función de los hábitos de los ciudadanos, del momento del día en el que se informan, de los temas que les interesan, de los entornos de comunicación que frecuentan y de los soportes que emplean.

Conclusiones

En nuestra primera experiencia como organismo de investigación y experimentación podemos concluir que los procesos y equipos multidisciplinares enriquecen nuestro trabajo y aumentan las posibilidades de innovación ofreciendo ideas creativas desde diferentes perspectivas. Ideas liberadas del quehacer diario de un medio y por tanto no contagiadas de las respuestas habituales de las redacciones.

Los estudiantes que forman parte de los equipos vienen con una mirada limpia e inocente de desconocimiento de los medios, y con ganas de poner en práctica sus

habilidades y conocimientos en los proyectos que les proponemos. De esta forma aportan la perspectiva desde su disciplina sin pensar en las posibles trabas que puedan existir dentro del propio medio. Es por esto que se generan todo tipo de ideas que rompen con lo habitualmente practicado en los medios.

Ahora sabemos que el trabajo con equipos multidisciplinares es indispensable a la hora de innovar en periodismo, ya que a veces es más sencillo para los ajenos al periodismo encontrar otras vías de trabajo que ayuden a mejorar nuestra labor.

Desde 2014 hasta 2015 han pasado 24 estudiantes de 8 disciplinas diferentes: Ingeniería de la Telecomunicación, Ingeniería Informática, Ingeniería Audiovisual, Sociología, Periodismo, Administración de Empresas, Diseño Gráfico y Fotografía.

Hemos desarrollado y publicado en nuestra web 11 experimentos de periodismo de datos y nuevas narrativas audiovisuales. Tenemos en marcha y en diferentes fases de investigación y desarrollo tres proyectos de Innovación Periodística: Pamplona 24 horas, un proyecto sobre Osasuna y un análisis de la presencia de la mujer en la sección de opinión de Diario de Navarra.

Y, por último, nuestro trabajo y ganas de hacer nos ha llevado a fructíferas relaciones con diferentes universidades⁵ e instituciones nacionales, como el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN), antes ajenas a nuestro medio.

Esperamos poder seguir trabajando y aprendiendo para la construcción de un modelo de trabajo que enriquezca el medio y aporte mejoras a la situación del periodismo a lo largo de este año 2015.

Bibliografía

- Batenson, G. (2006). *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*. Barcelona: Gedisa.
- Boden, M. (1994). *La mente creativa. Mitos y mecanismos*. Barcelona: Gedisa.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa*. Barcelona: Paidós.
- Johansson, F. (2005). *El Efecto Medici. Percepciones Rompedoras en la Intersección de Ideas, Conceptos y Culturas*. Barcelona: Deusto.
- Martín-Barbero, J. (2005). Transdisciplinariedad: notas para un mapa de sus encrucijadas cognitivas y sus conflictos culturales. En Jaramillo, J.E. (ed.), *Culturas, identidades y saberes fronterizos*. Bogotá: CES.
- Martínez, M. (2003). *Transdisciplinariedad y Lógica Dialéctica. Un enfoque para la complejidad del mundo actual*. *Conciencia*, 21(1), 107-146.
- Recuperado de <http://prof.usb.ve/miguelm/transdiscylogicadialectica.html>

⁵ La Universidad pública de Navarra, la Universidad de Navarra, la Universidad de País Vasco, la Universidad Pompeu Fabra, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Carlos III, la Universidad Miguel Hernández de Elche y la Universidad Camilo José Cela.

Morin, E. (1998) *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
Watzlawick, P. (2014). *No es posible no comunicar*. Barcelona: Herder.

Agradecimientos

Queremos mostrar nuestro agradecimiento a las personas que forman parte del equipo del Laboratorio de Innovación Periodística: Ramaris Albert, Yulen Garmendia, Andrés Juárez y Ana López; así como a los estudiantes que han participado en el proyecto Pamplona 24 horas: Luis Sáenz Esteruelas, Javier Romero Arbizu, Iñaki Abárzuza Carrascosa, Iñigo Zunzarren San Martín y Carlos Yániz Madurga.

Nos gustaría mencionar en especial a Javier Erro Sala, profesor del Departamento de Sociología de la Universidad Pública de Navarra, por creer en el proyecto y animarnos a presentar nuestra experiencia en este congreso.

Biografía

Alfredo Casares Corrales es Fundador y Director del Laboratorio de innovación periodística de Diario de Navarra. He trabajado en Diario de Navarra, en El Corte Inglés y en El nuevo Herald (Miami, Estados Unidos). Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Master en Administración y Dirección de Empresas. He cursado un posgrado en Marketing y programas de desarrollo directivo y alta dirección en el IE Business School y en el Center for Creative Leadership (Greensboro, Estados Unidos). Ha sido profesor asociado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, profesor del Diploma en Gestión y Creación de Empresas de la facultad de Ciencias de la Universidad de Navarra y profesor de Dirección Estratégica en el MBA Internacional en Foro Europeo Escuela de Negocios. Correo electrónico: alfredo.casares@lainformacion-sa.com

Leila Chivite Matthews es Graduada en Sociología Aplicada por la Universidad Pública de Navarra, con mención en Análisis de Tendencias. Delegada y representante estudiantil tanto en el Departamento de Sociología como en la Facultad de Humanas de 2011-2014. Miembro de la Comisión de Garantía de la Calidad de la Facultad en 2014. Encargada de la coordinación de los proyectos de Innovación Periodística del Laboratorio de Diario de Navarra desde septiembre de 2014. Coautora de tres comunicaciones para congresos: *Elaboración de un modelo comunicativo educador para las organizaciones no gubernamentales de cooperación internacional para el desarrollo (ONGD)* en el XI Congreso Español de Sociología (Madrid 2013), *Los vínculos entre comunicar y educar en los debates en torno a una nueva educación para el desarrollo* presentada en la XVII Conferencia de Sociología de la Educación (Bilbao 2014) y *La crisis como problema de comunicación: desafíos para el análisis sociológico* en el Congreso Internacional ¿Qué dicen las ciencias sociales sobre la crisis? (Bilbao, 2014). Correo electrónico: leila.chivite@diariodenavarra.es

Dinámicas de la comunicación para el cambio social en coyuntura: la experiencia de Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Noroeste Argentino, 1994-2014)

Dynamics of communication for social change in context: the experience of Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, northwestern Argentina, 1994-2014)

Alejandra García Vargas, Universidad Nacional de Salta y Universidad Nacional de Jujuy (Argentina)

Resumen

Proponemos analizar la dinámica del colectivo Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Argentina) como experiencia de comunicación para el cambio social. Se propone un enfoque interpretativo que integra diferentes métodos en el marco del análisis cultural.

Durante los últimos veinte años, *Wayruro* ha realizado videos, documentales y programas de televisión para numerosos canales argentinos y de Sudamérica. A lo que se suma, la publicación de la revista del mismo nombre, el desarrollo y organización de la muestra Vídeo Jujuy Cortos y numerosas experiencias de encuentro alrededor de la comunicación popular. Actualmente, este colectivo trabaja en el canal-escuela Kallpa y organiza su tarea en tres ejes: producción, capacitación e investigación.

La producción de Wayruro forma parte del documental militante, de larga historia en Latinoamérica, tanto en las posiciones frente a discursos mediáticos más visibles y hegemónicos como en el uso del testimonio.

La dinámica de este colectivo se entreteteje con los enfoques teóricos sobre la comunicación para el cambio social de manera específica y desde una experiencia doblemente excéntrica, ya que no sólo es latinoamericana sino que está ubicada en un área no-metropolitana de la región sur andina de Argentina. Esta trayectoria se ha visto influenciada a nivel coyuntural por las transformaciones producidas en la Argentina a partir de la sanción de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y las políticas a ella asociadas. También se señalan las diferencias en relación al surgimiento de Wayruro durante el clímax de la aplicación del modelo neoliberal en este país.

Palabras clave:

Discursos audiovisuales alternativos; documental militante; Wayruro Comunicación Popular; Noroeste Argentino; dinámica y coyuntura.

Abstract

We would analyse the dynamics of the collective Popular Communication Wayruro (Jujuy, Argentina), as a situated experience for social change. Using a cultural analysis framework we propose an interpretative focus that integrates different methods under a dynamic perspective.

During the last twenty years, and in the context of an ongoing concern for communication for social change, Wayruro has made videos, documentaries and television programmes for many channels in Argentine and South America, published a magazine under the same name, generated and sustained the sample Jujuy Video Shorts, and has integrated numerous meeting experiences around popular communication. Currently, this group is working in the Canal-Escuela Kallpa and it organizes its work on three axes: production, training and research.

Wayruro's production is part of the Militant Documentary, of long history in Latin America, in as much for its positions against the more visible and hegemonic

media discourses, as for its use of the testimony. At the same time, their experience is part of communication for social change.

The dynamics of this collective interweaves with that general framework in a specific manner and from a double eccentric experience, since it is not only Latin American but it is located in a non-metropolitan area of the southern Andean region of Argentina. Their work articulates both the changes derived from Argentina's sanction of the 26522 law of Audio-visual Communication Services and the policies associated with it, and differences with the emergence of Wayruru during the climax of the neoliberal model implemented in this country.

Keywords

Alternative audio-visual discourse; militant documentary: Wayruru Popular Communication; Northwest Argentina; dynamic and context.

Introducción

El wayruru es una semilla de fuerte contenido mítico-religioso dentro de los grupos aymaras y quechas del área andina. Es creencia, en la región de los Andes Centro-Sur, que juntando estas semillas rojinegras en un recipiente, éstas se reproducen, creciendo en tamaño y cantidad (“Nuestra identidad”, en “Wayruru Comunicación Popular”, 2011).

Proponemos analizar a *Wayruru Comunicación Popular* (Jujuy, Argentina) como experiencia situada de comunicación para el cambio social. En ese sentido, se busca explorar los sentidos de la *transformación para la emancipación* (Villamayor, 2014) en el específico contexto en el cual este colectivo define lo que hace y cómo lo hace. Esas definiciones se dan tanto a partir de la noción de “herramienta de transformación social” de los movimientos sociales reivindicativos de cambio del orden establecido (que el propio colectivo propone para definir a la comunicación popular) como en el conflicto y las tensiones que provocan el hacer y los sentidos de ese hacer en el ámbito específico de las dinámicas de la producción audiovisual de la Argentina surandina.

Elegimos un enfoque interpretativo para una investigación cualitativa que integra diferentes métodos en el marco del análisis cultural (Sautú, 2005) y a partir de la figura de una “dinámica”¹ se tiene como objetivo abordar los sentidos de las prácticas y las categorías que surgen de la descripción del contexto situacional, del análisis de los productos del colectivo y de entrevistas en profundidad realizadas a sus integrantes.²

¹ Una dinámica describe la trayectoria en el tiempo de un sistema u objeto en relación con los factores que inducen sus cambios de estado y sus transformaciones o movimiento, con el objetivo de describir las alteraciones en el tiempo, interpretarlas en relación a las condiciones que las provocan y plantear proyecciones de movimiento o de transformación (Papalini, 2012).

² El trabajo se inscribe en el marco de un proyecto (García Vargas, 2009, 2011, 2014) que considera que la comunicación audiovisual televisiva -como todo proceso social- se realiza en el tiempo, está dotada de historicidad y conlleva diversos conflictos. Las prácticas heterogéneas que integran este proceso se producen en contextos específicos e involucran a conjuntos de actores situados revelando diversas

El trabajo se estructura en dos apartados. En el primero, se describe la trayectoria de Wayruro, y su relación con los sentidos que dan a su praxis sus integrantes. En el segundo, se explora las maneras de la transformación que el colectivo implica como *fenómeno comunicacional* (Baeza citado en Vinelli, 2014), es decir, cómo y en qué sentidos confronta las tendencias hegemónicas y disputa un lugar dentro de la historia de la comunicación y del sistema de medios jujeños.

1. Wayruro: entre la intervención política y la comunicación popular

Como sostiene Claudia Villamayor (2014: 93):

Cuando a la comunicación se le ponen adjetivos, como insurgente, popular, alternativa, ciudadana, alterativa, participativa, educativa, liberadora, o se le destinan fines como comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, ahí comenzamos a hablar de prácticas y de historias que tienen protagonistas y narraciones propias.³

Wayruro Comunicación Popular ha sido incluido en el catálogo de colectivos, grupos y realizadores de documentales y audiovisuales de intervención política (1990-2006) elaborado por el proyecto UBACYTS-104 (2009). En el perfil de su blog, se indica que es “una agrupación de comunicación popular, producción audiovisual, capacitación, investigación y desarrollo del noroeste argentino, que trabaja en ámbitos tan diversos como: movimientos populares, campesinado, derechos humanos, salud, historia y etnodesarrollo”.

Wayruro elige el adjetivo “popular” para nombrar su praxis.⁴ Lo popular se entiende en un sentido fuerte (Alabarces, 2009) que destaca la conflictividad de lo social

relaciones de poder.² Para abordar la materialidad de estas prácticas, incluidas las significativas que le son inherentes, resulta necesario atender tanto a la ubicación relativa de los actores involucrados en las situaciones de producción, circulación y reconocimiento, y al contexto social en el que se desenvuelven, como a la variedad de marcos de interpretación del mundo que se ponen en juego para comprenderlos. Con diferencias en las problemáticas y orientaciones políticas que asumen las prácticas de comunicación comunitaria, alternativa y popular pretenden, en principio y como horizonte común, transformar lo dominante (Kejval, 2009) en un sentido emancipatorio (Villamayor, 2014). Esa pretensión de transformación asume diferentes coloraturas de acuerdo al contexto, por ejemplo con una impronta fuertemente educativa en las emblemáticas experiencias de las radios colombianas o abiertamente revolucionarias en las de las radios mineras bolivianas.

³ Como sostiene Vila (1997: 132-133), las narrativas y las categorías se relacionan, y una parte importante de la connotación de las categorías que utilizamos para describir a actores sociales sería “el producto de la sedimentación de las múltiples narrativas acerca de nosotros mismos y los “otros” que utilizamos para dar cuenta de la realidad que nos rodea”.

⁴ Nosotros no venimos del palo audiovisual, no venimos de ser estudiantes de cine clásicos, entonces por ahí no tengo una vinculación (con una generación). Si tengo como compañeros que vienen más de la parte militante. O sea, hay compañeros que son periodistas, otros compañeros que tienen algún paso [...] como Diego que tiene un paso por el instituto de Avellaneda, pero [...] con la generación de cineastas yo no

y, específicamente, la politicidad de lo subalterno entendida como lugar de abordaje de la realidad (Ogando, 2004: 134) y como parte de la lucha por la hegemonía.⁵

La subalternidad, como eje estructurante del sentido de lo popular que invoca Wayruro, se teje con distintos hilos al compás de las denuncias y las resistencias con las que el colectivo señala la dominación o intenta modificar. Esas acciones de denuncia o de resistencia se realizan en un específico contexto.

Desde su conformación en 1994 y hasta ahora, Wayruro ha realizado producciones audiovisuales para numerosos canales latinoamericanos. Además de otras actividades como publicar la revista Wayruro; sostener trece ediciones de “Video Jujuy Cortos”; integrar numerosas experiencias de encuentro y generar el canal-escuela Kallpa TV.⁶ Organiza su tarea en tres ejes: producción, capacitación e investigación.

Wayruro surgió como iniciativa de un grupo de estudiantes universitarios/as interpelados/as por la situación crítica de la provincia a inicios de la década de 1990.⁷ Los primeros años de militancia universitaria⁸ desembocan en la adquisición del primer equipamiento de video (hacia 1992), en el que uno de sus integrantes invirtió la indemnización por despido de YPF. Ese equipo se utiliza para un proyecto de producción audiovisual de denuncia social ligado al documentalismo. Con el mismo equipo, el grupo filma eventos sociales y publicidades para subsistir. En 1994, Wayruro registra las movilizaciones del “jujeñazo” y de la Marcha Federal que les permite concebir una idea más “nacional” de los movimientos de lucha; en 1995, una beca de la UIA les permitió “ampliar la mirada y la reflexión” en dimensión iberoamericana (Ogando, 2004).

tengo mucho que ver. Yo estoy más vinculado a la militancia y a la comunicación popular (Entrevista a Ariel Ogando, integrante de Wayruro desde la constitución del colectivo en 1994).

⁵ El colectivo concibe a la comunicación como una “herramienta de transformación social” que ayuda a sostener, colectivamente y junto a otros movimientos, diversas experiencias que colaboren en la “batalla cultural” por la denuncia y la superación de situaciones de opresión social (Wayruro Comunicación Popular, 2011).

⁶ El canal tiene como lema: “La televisión no se mira: se hace”.

⁷ El Noroeste Argentino (NOA) es una región “postergada” de Argentina. En términos de población, la importancia relativa del NOA en el conjunto nacional fue disminuyendo desde la época colonial hasta nuestros días (Boleda, 1993). Los indicadores de bienestar son históricamente inferiores a los del resto del país. El apogeo de las políticas neoliberales en la década de 1990 muestran, entre numerosos rasgos sociales y económicos críticos (véase Svampa, 2004), un proceso de desarticulación profundo (Manzanal, 1999) marcado por la disolución de los rasgos de integración nacional de las provincias a la Argentina, como Estado y como mercado. En el caso de Jujuy, el levantamiento del Ferrocarril, la privatización de la siderúrgica Altos Hornos Zapla y la desarticulación de los servicios públicos de salud y educación, son algunos de los hitos salientes de este proceso.

⁸ Buena parte de los y las integrantes de Wayruro formaban parte del Centro de Estudiantes de esa Facultad, junto al reconocido dirigente sindical Carlos “Perro” Santillán, ícono de las movilizaciones *piqueteras* y populares argentinas contra las políticas neoliberales de Carlos Menem

Ogando define su tarea como “militancia política desde las prácticas comunicacionales”, que se dio inicialmente en el trabajo para frentes de trabajadorxs y desocupadxs, y luego para otros colectivos. Ya en el “ciclo de gobiernos progresistas de América Latina” (de Moraes, 2011), se vincula con la producción de contenidos para convocatorias públicas de Latinoamérica. La continuidad entre ambos momentos sigue estando en la subalternidad, que incluye una reflexión sobre el oficio en la que se definen como “trabajadores de la cultura”:⁹

Específicamente, el colectivo se pregunta “por qué la comunicación popular”, e indica que resulta una herramienta para ampliar “la posibilidad de participación de aquellos que hasta hoy no tienen presencia en los medios”. Ricciardi señala que sus contenidos se ocupan de las “historias completas acalladas por los grandes centros de producción”.¹⁰ Estas historias, que se cuentan a lo largo de 122 producciones, dialogan con la tradición del documental militante latinoamericano en las posiciones frente a discursos mediáticos más visibles y hegemónicos, en el uso del testimonio (Mestman, 2013) y en la voluntad autorreflexiva.

La genealogía común se actualiza diferencialmente de acuerdo a los trayectos biográficos y personales: Ogando se considera parte de una generación de “militantes sociales”; Ricciardi se piensa en la generación de las “cuadrillas de documentalistas” del 2001; y Kuschnir propone nombrar “generación federal” a su experiencia, nacida al calor de la conformación de redes de realizadores/as de las provincias argentinas durante el período que enlaza a las políticas públicas de fomento y formación la capacidad de acción colectiva potenciada por Internet.

⁹ Nosotros nos auto-referenciamos como trabajadores, trabajadores de la cultura. Y hay otros grupos que tienen que ver con la producción audiovisual que hacen exactamente lo mismo que nosotros pero se auto-referencian como artistas. Porque la categoría de artistas tiene incorporada esa legitimación que brindan las instituciones [a] algunos pocos ungidos que pueden tener y profesar la profesión, no [a] todo el mundo. Y yo no creo en eso, yo creo que son prácticas que pueden ser fácilmente apropiadas por toda la población, independientemente de los recursos técnicos. [...] puede ser un trabajo totalmente colectivo y es lo que más me atrae de eso Y creo que la industria cinematográfica argentina, la industria audiovisual de televisión en Argentina no está conformada de esa manera. (Entrevista a Diego Ricciardi, integrante de Wayruro, resaltado nuestro).

¹⁰ Ante la pregunta “qué producir”, Paula Kuschnir (integrante de Wayruro desde 2006), sintetiza la vinculación de esa demanda social con la elección personal y estética en su forma de militar desde ese colectivo a partir de las historias que la movilizan, lo que no está contado o carece de visibilidad, pero suma la posibilidad de abordaje desde un punto de vista que cuestionador.

2. Prácticas situadas: la producción audiovisual militante en un contexto periférico de Argentina

En general, las experiencias históricas de comunicación alternativa se han opuesto al Estado, definiéndolo como aparato de dominación de clase que reproduce el sistema capitalista. En este apartado, nos interesa analizar las variaciones en las prácticas productivas de Wayruro vinculadas a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las políticas públicas de fomento a la producción. Consideramos que esas variaciones visibilizan las diferencias entre las formas clásicas de la resistencia de los movimientos de comunicación alternativa hacia la producción en el marco de convocatorias del propio Estado.¹¹ Por otra parte, indican el carácter de fenómeno comunicacional (Baeza citado en Vinelli, 2014) de Wayruro en un específico contexto.

La producción mediática argentina, y dentro de ella la producción televisiva, reviste un alto grado de concentración, la cual es agudizada por los procesos neoliberales de re-regulación (Mastrini y Loretti, 2009) y transnacionalización acaecidos en la década de 1990. Marino, Mastrini y Becerra (2010) describen la concentración de medios argentinos a partir de tres características: el índice de concentración de los principales medios; el tipo de concentración conglomeral; y la centralización geográfica de la producción de contenidos.

El mapa argentino de la producción de contenidos está fuertemente concentrado, y muestra la desigualdad en los flujos: mucha producción en un único espacio reducido, y poca en el resto del territorio. A su vez, el mapa de la televisión comercial en Jujuy muestra a pocos actores que producen baja cantidad de contenidos financiándolos con publicidad local, y retransmitiendo buena parte de su programación de canales de Buenos Aires (en la televisión de aire) o de señales específicas que forman parte de su oferta (en la televisión de cable). La producción o coproducción de contenidos locales abarca noticieros y programas de interés general.¹²

En paralelo, a partir de mediados de la década de 1990, se desarrolló el documentalismo, especialmente en sus variantes testimoniales o de denuncia de las políticas neoliberales, y abordando temas y problemas ausentes en los medios y las producciones comerciales recién mencionadas (García Vargas, 2014). Esas prácticas se dieron en un medio relativamente pequeño, por lo que durante la primera década del

¹¹ Algunos autores proponen describir la variación mencionada a partir de la idea de “comunicación alternativa pública (Jaimes, 2010; Guerrero, 2010).

¹² Una descripción de las características de la producción de canales comerciales analógicos y de cable en Jujuy puede verse en García Vargas (2014).

siglo XXI se encontraron en algunos momentos del proceso productivo.¹³ En cuanto a los circuitos de distribución de estas producciones locales, y como en casi todas las experiencias de audiovisualismo militante (Galán Zarzuelo, 2012), en Jujuy fueron notablemente diferentes.¹⁴

El contexto de concentración de la producción característico de la dinámica de la producción audiovisual argentina –especialmente, su dimensión geográfica- se vincula conflictivamente con el "cambio de estatuto" de la radiodifusión implicado en la televisión digital (Bizberge, 2010). En Argentina, la digitalización se produce en un nuevo marco legal que combina la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y el decreto 1.148/09 regulatorio de una nueva tecnología.¹⁵

La nueva regulación¹⁶ implica la confrontación con la dinámica concentradora expresada en las estrategias de repetición y en la localización exclusiva de los procesos productivos en la capital nacional. Para los procesos productivos, el Consejo Asesor elaboró un Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales digitales del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T)¹⁷, Entre las

¹³ Por ejemplo a través de algunos de sus trabajadores y trabajadoras contratados por los canales de cable jujeños para tareas específicas (edición, dirección, producción general). Es el caso de varios miembros del Colectivo Wayruro Comunicación Popular.

¹⁴ Mientras que los informativos y *magazines* o formatos de interés general quedaron asociados al ámbito local cubierto por el alcance o las redes de distribución de los canales de aire y de cable que los produjeron o coprodujeron, con la lógica del *broadcast* y financiados por el pequeño mercado publicitario local (en el que predomina la publicidad oficial); los documentales fueron autosustentados, se distribuyeron en diversas escalas (locales, nacionales y regionales), y en circuitos alternativos, tanto por la apropiación de medios de base digital por parte de sus productores, como por su relación con la herencia del cine y el video militante o independiente que implica ámbitos como los festivales, el sistema educativo público (especialmente, el universitario) y espacios de la sociedad civil vinculados a la comunicación popular. Es el caso de la muestra Video Jujuy Cortos promovida por Wayruro Comunicación Popular y la Red Andina de Video, que hasta ahora ha desarrollado trece ediciones anuales; o de la exhibición de videos como parte de los programas y actividades de diversas formas de encuentro popular y de resistencia a (o denuncia de) las políticas neoliberales (acampes en la plaza Belgrano, jornadas de protesta en galpones recuperados por organizaciones sociales). Excepcionalmente, y sólo en los últimos años, se reunieron los circuitos de distribución local, es el caso del ciclo de documentales presentados por Ariel Ogando en canal 2 durante dos temporadas (2006 y 2007), o bien en transmisiones especiales vinculadas a efemérides (por ejemplo, en 2013 canal 2 programó el documental "Nadie olvida nada" de Ogando el 24 de marzo, para rememorar el golpe de estado de 1976).

¹⁵ La transformación de la infraestructura técnica vinculada a la migración digital se inscribe en objetivos vinculados a la redefinición del papel del Estado en las políticas de comunicación, la articulación expresa con Latinoamérica, la voluntad de creación y fortalecimiento de las industrias culturales locales y puestos de trabajo a ellas asociados, entre otros. para una exposición más detallada de las dinámicas regionales de esas normativas y los procesos a ellas asociados véase García Vargas, 2014

¹⁶ La normativa propone brindar garantía de acceso de la población a la Televisión Digital Abierta (TDA) y a las nuevas tecnologías en el marco de un modelo que contempla la inclusión social y la diversidad cultural, el fortalecimiento de la industria nacional y la promoción del empleo, el desarrollo científico-tecnológico y la protección de los derechos y libertades ciudadanas.

¹⁷ Según el acta resolutoria N° 7 del Consejo Asesor (sancionada el 28/6/2010), ese plan se organiza en cuatro ejes: integración regional y desarrollo audiovisual digital; promoción de Producción de Contenidos

múltiples políticas que se inscriben en el eje de Promoción de la producción de contenidos, nos detendremos en las convocatorias por concursos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) para observar su relación con la dinámica de Wayruro. El mapa colorido de las regiones INCAA puede pensarse como una propuesta de inclusión en igualdad sensible a la diversidad, relativamente novedosa y abiertamente situada, ya que valora trayectorias y experiencias previas. Implica, entonces, una “renovación situada” por la variedad de géneros (entre los que se incluye el documental), por el destino (la convocatoria es para televisión), y por la concepción de distribución de recursos (que los organiza con perspectiva federal otorgando idéntica cantidad de fondos a cada una de las regiones del país).

Incluir el documental implica realizar una convocatoria sobre la base del conocimiento del efectivo desarrollo de la producción audiovisual local en el territorio nacional. Específicamente, en el caso de Jujuy, se trata de prácticas y experiencias constantes y crecientemente profesionalizadas de al menos dos décadas. Del mismo modo, la tarea de articular la convocatoria en regiones recupera y potencia algunas de las formas previas de organización ya iniciadas desde la conformación de numerosas redes de producción independiente y alternativa, para atender a los desafíos de su desarrollo o visibilización. Las lógicas de articulación de esas redes, si bien variadas, son en general sensibles a la territorialidad, y de base local.¹⁸

Los planes de fomento promovieron activamente el fortalecimiento de las industrias culturales locales. Pero además de su indudable impacto en la economía local y regional, y la promoción de trabajo alrededor de esta actividad, el acceso a fondos para la producción permitió desarrollar proyectos previos, fortalecer áreas como el documentalismo, y reafirmar la militancia en la comunicación como derecho y construcción colectiva. Sin embargo, muestra limitaciones que replican las vinculadas al cine: aseguran la producción con grandes dificultades para la emisión y la distribución¹⁹.

Digitales; Bancos de Contenidos Audiovisuales Digitales; y articulación y desarrollo de Señales Digitales Públicas y de Gestión Privada sin fines de lucro.

¹⁸ La importancia de la localización en el pensamiento audiovisualista independiente se evidencia en que eligen mayoritariamente la designación por la localidad o la provincia para sus eventos y formas asociativas, por ejemplo: *Oberá en cortos*, *Santiago del Video*, o *Red Andina de Video*. Por ejemplo, la *Red Andina de Video* es una experiencia organizativa de productores independientes para incidir en las formas de distribución de recursos provenientes de políticas de fomento en las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja, entre otros objetivos.

¹⁹ La situación puede problematizarse, en este caso, mediante el análisis de convocatorias posteriores o paralelas, tanto de INCAA como del Consejo Interuniversitario Nacional, que se realizaron para el prime time de diferentes pantallas, superando de algún modo la limitación que aquí se señala.

Conclusiones

La experiencia de Wayruro reúne las características de la comunicación para el cambio social que proponen Dagrón Alfaro y Tufte (2008): participación y apropiación comunitaria; pertinencia cultural; generación de contenidos locales; uso de tecnologías apropiadas; voluntad de crear redes.

La dinámica del colectivo se entreteje con el campo de la comunicación para el cambio social de manera específica y desde una experiencia doblemente excéntrica, ya que no sólo es latinoamericana sino que está ubicada en un área no-metropolitana de la región surandina argentina (García Vargas, 2009). Esa doble excentricidad resulta un rasgo particular de sus maneras de pensarse “alternativos” y forma parte de las agendas para la transformación tanto del sistema de medios como del orden dominante en el relato de sus participantes.

Esta dinámica ilumina, además, la coyuntura de las transformaciones producidas en la Argentina a partir de la sanción de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, y las políticas a ella asociadas (García Vargas, 2014), y la diferencia con el momento de surgimiento de este colectivo durante el clímax de la aplicación del modelo neoliberal en Argentina. La adhesión del colectivo a los principios fundantes de la nueva normativa resignifican su relación con el Estado, en una historia que comienza luchando contra las políticas neoliberales del gobierno de Menem y que se desarrolla actualmente produciendo para medios públicos y confrontando con los medios privados concentrados y con la dinámica de la retransmisión de contenidos producidos en Buenos Aires.

A su vez, la creciente producción de contenidos por parte de Wayruro no encuentra canales de distribución, con lo que las políticas de fomento a la TV reproducen las limitaciones que ya encontrara la promoción del cine nacional y no atienden a la demanda social por nuevos contenidos (García Vargas, 2014).

Las entrevistas a integrantes de Wayruro muestran la dinámica “externa” del colectivo en su vinculación con otros actores del campo, a través de su alternatividad frente a la comunicación comercial y otros grupos vinculados al audiovisualismo que suele nombrarse como “independiente”. Por otra parte, la definición de su carácter “popular” a partir de la subalternidad articula experiencias generacionales y trayectos de formación diversos en un nuevo sentido de la militancia, que dialoga de manera

renovada con una coyuntura específica de transformación como la producida por la digitalización de la TV en el marco de LSCA y las políticas a ella asociadas.

Del mismo modo, se trata de un colectivo predominantemente masculino (de diez integrantes actuales, sólo tres son mujeres), por lo que la perspectiva de género resulta una dimensión potencialmente conflictiva a analizar en el futuro.

Bibliografía

- Dagrón Alfaro, G. y Tufte, T. (2008). Raíces e importancia. Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social. En Dagrón Alfaro, G. y Tufte, T. (Comps.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y Contemporáneas* (pp. 16-45). La Paz: CCCS.
- De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós
- Galán Zarzuelo, M. (2012). Cine militante y video-activismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales. *Revista Comunicación, 10*, 1091-1102.
- García Vargas, A. (2009). Geografías del poder. Comunicación transnacional y estudios interculturales en la periferia globalizada. En AA.VV, *Comunicación y Cultura. Interculturalidad, comunicación, globalización* (pp.151-167). La Paz: Fundación Visión Cultural y Ministerio de Culturas de Bolivia.
- García Vargas, A (2011). Tiempo, espacio y actores en la construcción de un nuevo espacio audiovisual para Argentina. La experiencia del nodo Jujuy. *Actas del XIII Congreso Anual de REDCOM*. Tartagal: Red de Carreras de Comunicación Social de Argentina / UNSa-SRT.
- García Vargas, A (2014). Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia: notas espaciales sobre “San Salvador de Jujuy, murmullo que aturde”. En Nicolosi, A. P. (Comp.) *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural* (pp. 163-184). Bernal: UNQ.
- Guerrero, M. (2010). *Medios y poder en Venezuela. Aporrea y la prensa comunitaria*. Buenos Aires: ECO.
- Jaimes, D. (2010). ¿Comunicación pública alternativa? *Página 12*, 25 de agosto.
- Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*. Buenos Aires: Prometeo/FCSoc UBA.
- Marino, S., Mastrini, G. y Becerra, M. (2010). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina. *Oficios Terrestres, 25*, 11-24.
- Mastrini, G. y Loreti, D. (2009). Políticas de la Comunicación: un déficit de la democracia. En Sel, S. (Comp.), *La comunicación mediatizada. Hegemonías, alternativas, soberanías*. Buenos Aires, CLACSO.
- Mattelart, M. (2011). Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales. En Albornoz, Luis (Comp.) *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la comunicación* (pp. 157-176). Buenos Aires: Paidós.
- Mestman, M. (2013). Las masas en la era del testimonio. Notas sobre el cine del 68 en América Latina”. En Mestman, M. y Varela, M. (Coord.), *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión* (pp.179-215). Buenos Aires: EUDEBA.

- Ogando, A. (2004). "Wayruro Comunicación Popular". En Vinelli, N. y Rodríguez, C. Esperón (Comp.), *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Papalini, V. (2012). Seminario "Constelaciones, dinámicas, fractalidades y fracturas: del caso al horizonte cultural". En *Dossier del Doctorado en Comunicación*. Córdoba: ECI, UNC, febrero.
- Sautu, R. (2005). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.
- Terbeck, E. (2007). Notas sobre la circulación del documental militante en la Ciudad de Buenos Aires desde la década del '90. En Sel, S. (Comp.), *Cine y fotografía como intervención política* (pp. 67-87). Buenos Aires: Prometeo.
- UBACYT S-104 (2009). Catálogo de colectivos, grupos y realizadores de documentales y audiovisuales de intervención política (1990-2006). En Sel, S. (Comp.), *Cine y fotografía como intervención política* (pp. 197-265). Buenos Aires: Prometeo.
- Vila, P. (1997). Hacia una reconsideración de la Antropología visual como metodología de investigación social. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, III(6), 125-167.
- Villamayor, C. (2014). Las radios comunitarias, gestoras de procesos comunicacionales. Buenos Aires, 2011 a 2014. *Mediaciones*, 12, 88-105.
- Vinelli, N. (2014). Comunicación alternativa: ni dogma ni pureza, conflicto. En *Actas del XVI Congreso Anual de REDCOM*. La Matanza: Red de Carreras de Comunicación Social de Argentina / UNLaM.
- Webster, F. y Robins, K. (1986). *Information technology: a luddite analysis*. Norwood: Ablex.
- Williams, R. (1997). *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península.

Leyes y documentos públicos citados:

- Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) (2012): *Informe anual sobre contenidos de la Televisión Abierta argentina. Período 2011*. Recuperado de <http://www.afsca.gov.ar/2012/06/informe-anual-sobre-contenidos-de-la-television-abierta-argentina-periodo-2011/>
- Decreto N° 1148/09 (31/8/2009). Televisión Digital. Créase el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre. *Boletín Oficial de la República Argentina*, año CXVII, N° 31.727, 1/9/2009. Recuperado de <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) (2010): *Plan operativo de fomento y promoción de contenidos audiovisuales digitales del SATVD-t. Bases y condiciones para el concurso "Nosotros (Unitarios Documentales)"*. Recuperado de http://www.incaa.gov.ar/castellano/assets/images/b_nosotros.pdf
- Ley N° 26.522 (Senado de la Nación Argentina, 10/10/2009). Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. *Boletín Oficial de la República Argentina*, año CXVII, N° 31.756. Recuperado de <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>
- Ministerio de Planificación de la Nación (2009), *Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T*. Recuperado de <http://www.minplan.gov.ar>
- Programa de Polos Audiovisuales Tecnológicos (2013), *Proyectos de Investigación y Desarrollo. Línea de estudios Consumo y audiencias televisivas. Informe comparativo de estudios locales e informe Nodo Jujuy*, enero.

Agradecimientos

Agradezco a los compañeros y compañeras de Wayruro Comunicación Popular por compartir su experiencia para la realización de este trabajo; y a Alejandro Barranquero y Moncho Burgos por su imprescindible colaboración en mi postulación para la beca de la Secretaría de Políticas Universitarias de Argentina que me posibilita la presentación en este encuentro.

Biografía

Alejandra García Vargas es Licenciada en Comunicación Social y Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de Córdoba, ha realizado estudios de formación especializada en el Departamento de Sociología de City University (Londres, Reino Unido). Profesora adjunta a cargo de cátedras de la Carrera de Comunicación Social en la FHyCS (UNJu) y la FH (UNSa). Secretaria del Área Académica de Derechos Humanos y Género (FHyCS, UNJu) y Secretaria General de la Red de Carreras de Comunicación de Argentina (REDCOM). Como directora, investigadora o técnica, ha participado o participa en proyectos financiados por SECTER/UNJu, CONICET, ANPCYT, UNICEF, PNUD y City University. Es investigadora de la Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad; y miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC), donde coordina el Grupo de Trabajo N° 15 (Comunicación y Ciudad). Trabaja en el área de Comunicación/Cultura y en Políticas de la Comunicación, vinculando ambos espacios en el marco de los estudios culturales urbanos y las narrativas audiovisuales. Correo electrónico: alegarciovargas@gmail.com

Activismo ciudadano en torno al derecho a la comunicación. Una iniciativa online para el análisis de los medios en España¹
Citizen activism around the right to communication. An online initiative for the analysis of the media in Spain

Alejandro Barranquero Carretero, Universidad Carlos III de Madrid
 Alex Iván Arévalo Salinas, Universitat Jaume I de Castellón
 Belén Macías Varela, Universidad de Cádiz
 Gonzalo Ceballos Castro, Universidad de Cádiz

Resumen

La comunicación que presentamos en este congreso versa sobre la creación, desarrollo y resultados de la segunda edición de los Premios Ciudadanos Enfocados/Desenfocados al Periodismo en España. Estos galardones son una iniciativa de la Coordinadora ONG para el Desarrollo España; tres grupos de investigación de universidades públicas y la Federación de Sindicatos de Periodistas (FESP). El objetivo es destacar la labor de profesionales del periodismo, secciones/programas y medios comprometidos con la defensa de ciertas problemáticas sociales (“enfocados”), así como de prácticas periodísticas que desalientan (“desenfocados”) un compromiso con los derechos humanos, la justicia social y ecológica, o la lucha contra la inequidad en distintos terrenos. La metodología parte de diferentes oleadas de encuestas, en todas las cuales destaca la creciente participación ciudadana. Con ello, la ciudadanía se hace partícipe del debate sobre la calidad de los medios y es, en último término, quien fiscaliza la labor de los profesionales y el sistema de medios de nuestro país.

Palabras clave

Empoderamiento ciudadano; periodismo humano; medios sociales; comunicación para el cambio social; derecho a la comunicación.

Abstract

This article describes the creation, development and results of the second edition of the Framed/Unframed Citizen Journalism Awards in Spain. These are an initiative of the NGO Coordinator for Development Spain; the research group Comunicación y Ciudadanía Digital at the University of Cádiz (UCA); the Institute para la Investigación y la Paz of the Universitat Jaume I of Castellón (UJI); and the research group Investigación en Comunicación y Cambio of Madrid (UC3M); and the Journalists Union Federation of Journalists (FESP). The objective is to highlight journalists' work, sections/programs and media that are committed with (“framed”) or discourage (“unframed”) human rights, social and ecological justice, and the fight against inequality in various fields. Methodology is based on surveys addressed to Spanish citizens, who assume a task of accountability of the media system and professionals.

¹Este trabajo se inscribe dentro de las líneas de investigación de los proyectos: CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad de España; el P1 1A2012-05 “De víctimas a indignados. Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una cultura de paz”, del Plan de Promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I de Castellón; y el EuropeAid/131141/C/ACT/Multi “Comunicar en red para el Desarrollo/ *Communiquer en réseaupour le développement*”, de la Comisión Europea, coordinado por Federación Catalana de ONGD.

Keywords

Citizen empowerment; human journalism; social media; communication for social change; communication rights.

Introducción

El siguiente trabajo tiene por objeto describir el proceso de diseño, organización y elección de los Premios Enfocados/Desenfocados al Periodismo en España, nacidos en el año 2013 como un ejercicio inédito orientado a que la ciudadanía evalúe el papel de los medios en la promoción de ideales como los derechos humanos, el bienestar de las poblaciones, el cuidado del medioambiente o la lucha contra la desigualdad en todos los órdenes. El artículo describirá la metodología participativa aplicada en este premio, expone los resultados de su última edición de 2014 y analizará las recomendaciones realizadas por parte de los participantes. El objetivo último es mostrar un ejemplo de práctica ciudadana que busca incentivar la responsabilidad de los medios de comunicación y sus periodistas y visibilizar ejemplos de prácticas adecuadas e inadecuadas en relación con los ideales antes expuestos.

En el ámbito normativo, la propuesta se inspira en la necesidad de impulsar el denominado “derecho a la comunicación”, acuñado en 1969 por el periodista francés Jean D’Arcy, y piedra angular de los debates sobre el Nuevo Orden de la Información y la Comunicación (NOMIC). Este derecho constituyó una de las principales reivindicaciones del documento final que emerge de estas discusiones, el *Informe McBride* (1980), y es reclamado desde entonces por multitud de organizaciones civiles de todo el mundo, de acuerdo a una serie de lineamientos teóricos (Hamelink y Hoffman, 2010; Thomas, 2006). A grandes rasgos, este derecho impele a la necesidad de reorganizar el sistema informativo a fin de garantizar el acceso equitativo y la participación de la ciudadanía, en torno a protecciones jurídicas que regulen la concentración del mercado y la consecuente pérdida de rigor y pluralidad.

Los galardones se plantean asimismo desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social, que tradicionalmente se ha encargado del estudio y planificación de procesos comunicativos orientados a mejorar la calidad de vida de las poblaciones, y es concebida en la actualidad como un “proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y como pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (Gray-Felder y Deane, 1999; Gumucio y Tufte, 2008).

Los Premios emergen, por otra parte, en un contexto donde los medios de comunicación en España atraviesan la más grave crisis financiera y de credibilidad de su historia reciente (DíazNosty, 2013), tal como se constata en el Informe Anual de la Profesión Periodística de 2013², donde 2477 ciudadanos y ciudadanas puntuaron con 5.16 el nivel de confianza de la información que reciben, en los que 0 equivale a no confiar en absoluto y 10 confía totalmente (Asociación de la Prensa de Madrid, 2013: 40).

Es de ahí que los Premios se apoyan en el espíritu de iniciativas recientes como: el Manifiesto Periodismo y Derechos Humanos, el que ha sido firmado por más de 14.000 profesionales de la información y todas las asociaciones de la profesión del territorio estatal, integrantes de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España-FAPE (www.fape.es). Algo más reciente es el Manifiesto de la Federación Europea de Periodistas-FEP (europe.ifj.org) y la Federación Internacional de Periodistas-FIP (www.ifj.org) y en el que se recaban propuestas sobre la independencia de los periodistas, el pluralismo informativo, los derechos sindicales, el respeto a los derechos de autoría, la mejora de las condiciones laborales, el ejercicio de la transparencia, la seguridad de los informadores, y la defensa del periodismo como un bien público.

1. Características de los Premios Enfocados/Desenfocados

El premio de Periodismo Enfocados/Desenfocados es una propuesta sin fines de lucro, la cual fue creada en 2013 y se caracteriza por ser un espacio abierto que permite a la ciudadanía evaluar la responsabilidad de los medios de comunicación en relación al fomento de los derechos humanos, el bienestar de las poblaciones, el cuidado del medioambiente o la lucha contra las desigualdades de género, étnicas o por motivaciones de clase y estatus socioeconómico. Esta iniciativa es promovida desde organizaciones del Tercer Sector como la Coordinadora de ONGD para el Desarrollo de España (CONGDE) y por grupos de investigación de universidades públicas: el Grupo de Investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz-UCA; el Instituto Interuniversitario de Desarrollo y Paz de la de la Universitat Jaume I de Castellón-UJI; el Grupo de Voluntariado de Investigación Comunicación y Cambio Social de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).

²Para conocer detalles de este informe puede consultar:
http://www.apmadrid.es/images/stories/informe_profesion_2013.pdf

Esta propuesta presenta algunos aspectos novedosos y diferenciadores como la implementación de un método de evaluación amplio que incentiva un proceso de reflexión y monitoreo ciudadano acerca de las prácticas periodísticas. De hecho, sus promotores no se atribuyen la capacidad de juzgar a los seleccionados/as. La inclusión de la ciudadanía enriquece la representatividad de los resultados al aumentar el número de evaluadores. En otros premios, el análisis de los antecedentes lo realiza un comité o jurado especializado compuesto por un número reducido de personas, que se remite a evaluar exclusivamente las candidaturas presentadas. Esta forma de dictaminar podría dejar fuera a trabajos y experiencias positivas merecedoras de reconocimiento que por desconocimiento de las bases o por otros motivos no han enviado sus solicitudes. De esta manera, los Premios Enfocados y Desenfocados amplía su alcance al incluir a la ciudadanía, quienes votan de acuerdo a sus propias experiencias.

Los Premios Enfocados/Desenfocados de Periodismo destacan también por tener dos categorías de evaluación. La primera, que se define como “enfocada”, reconoce a aquellos medios de comunicación, secciones / programas y periodistas que destacan por incentivar los valores y objetivos antes descritos. El comité organizador plantea que esta perspectiva se manifiesta cuando el periodismo: 1) Explica las causas de la violación de derechos humanos, las desigualdades sociales y el deterioro ambiental; 2) Denuncia los abusos de los poderes públicos y privados; 3) Da protagonismo a las poblaciones y a sus propuestas de cambio; 4) Contribuye al debate político y profundiza en la democracia; y 5) Agita el pensamiento y moviliza a la ciudadanía en pro de una acción cívica transformadora. También se incluye una segunda categoría denominada “desenfocada”, una especie de anti-premio que tiene por función denunciar aquellos casos y prácticas donde se cometen abusos en la cobertura de estos temas.

A nivel de organización, los galardones siguen un modelo asambleario y cooperativo con reuniones presenciales y *online*. En la edición 2014, entre los miembros implicados en el proceso figuran comunicadores de ONGD, profesores-investigadores de universidad, y estudiantes recién graduados en comunicación social, y, en especial, en las ramas de Periodismo y de Comunicación Audiovisual³.

³En la construcción de estos Premios han participado voluntariamente los estudiantes y/o recién graduados/as en comunicación de las Universidades Carlos III de Madrid y Jaume I de Castellón: Miguel Ángel Moreno, Laura Rojo, Anaclara Padilla, Eduardo Ocaña, Lorenzo Pascasio, David Villafranca, Ainhoa Alberola (y, en la I Edición, Pilar Treviño, Nerea Zusberro, Ibón Uría Molero y Lucía ElAsri). En el equipo también han participado profesionales de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo (Yolanda Polo, María Sande y Yolanda Ansón; y Yasmine Elharchi –en la I Edición-) y profesores/as e investigadores de las Universidades de Cádiz (Belén Macías y Gonzalo Ceballos), Jaume I d de Castellón

2. Una metodología participativa

Desde la I Edición, tras un proceso de deliberación colectiva, se optó por la técnica cuantitativa de la encuesta, que se complementa con preguntas abiertas de corte cualitativo con el objetivo de que las personas valoren y contribuyan a mejorar la iniciativa. El procedimiento en la edición de 2014 se dividió en dos fases. La primera exploró la percepción de aquellos sectores a los que se considera más implicados en el seguimiento y supervisión de los medios (denominados especialistas), mientras que la segunda fase tomó el pulso a la ciudadanía a partir del insumo que recibe de la etapa precedente.

En la Encuesta a Especialistas se envía un cuestionario *online* con preguntas abiertas en las que se solicita la propuesta de un máximo de 2 nombres por cada categoría de Premios Enfocados y Desenfocados: 1) Periodistas, distinguiendo entre hombres y mujeres⁴, 2) Medios de comunicación, 3) Y, finalmente, Programas (para medios audiovisuales) o Secciones (prensa).

La muestra cuenta con más de 3000 especialistas y se divide en tres sectores: 1) Periodístico, o profesionales de tres tipos de medios: públicos, privados-comerciales, y comunitarios o privados sin ánimo de lucro; 2) Académico, o profesorado investigador en comunicación, junto con estudiantes de Grado y Posgrado; 3) Social, o comunicadores/as de ONG, ONGD y movimientos sociales. De esta primera fase se censan como Finalistas aquellos candidatos propuestos por un número mínimo de encuestados tras deliberar colectivamente la cifra-corte.

En relación con la muestra de la Primera Fase, conviene destacar que los listados son elaborados colectivamente por los miembros de las organizaciones promotoras, y se revisan cada año para garantizar equilibrios regionales y de género. Para la estructura por cuotas, en el Sector Periodístico, la muestra cuenta en la actualidad con más de 2000 comunicadores/as y se elabora de acuerdo a diferentes listados y contactos (Agenda de la Comunicación 2013 y 2014 de la Secretaría de Estado de Comunicación para periodistas de medios públicos y privados-comerciales⁵; *mailing* de la Red de Medios Comunitarios-ReMC y otras asociaciones regionales. En el Sector Académico se distingue entre profesorado y alumnado. El listado cuenta con aproximadamente 578

(Álex Arévalo) y Carlos III de Madrid (Alejandro Barranquero). Ricardo Liberal se ha encargado del diseño de la imagen de los Premios.

⁴ Esta medida se adopta en la II Edición para reequilibrar ciertas desigualdades de género detectadas en la I Edición.

⁵En: www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/agendacom/Documents/Agenda2014.pdf

docentes de toda España de las 33 Facultades de Comunicación tanto de ámbito público como privado, y se diseña tomando como base la información censada en la web de distintas universidades. Para obtener la visión del alumnado, se pide a los/las docentes que divulguen la encuesta entre estudiantes de últimos cursos de grado y de postgrado de las carreras de comunicación. El Sector Social está compuesto por Organizaciones No Gubernamentales ONG y movimientos sociales. En la actualidad, existen en España más de 3000 ONG y el número va en aumento. En el caso de los movimientos sociales existe cierta complejidad, ya que, al no tener entidad jurídica, es difícil disponer de listados cerrados o definitivos. La fuente base para organizaciones formales es el Directorio de periodistas de la Coordinadora de ONG de Desarrollo-España, que cuenta con 90 Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo ONGD estatales, y más de 400 ONGD a través de las Coordinadoras Autonómicas.

En la edición de 2014 participaron en la primera fase 245 especialistas. El grupo más representado fueron los periodistas de medios privados con un 24 por ciento (59 personas); le siguen los profesores de comunicación también con un 24 por ciento (58 personas) y los comunicadores de ONGD con un 23 por ciento (56 personas). El 51 por ciento corresponden a hombres y un 49 por ciento a mujeres. Los encuestados mayoritariamente residen en la Comunidad de Madrid con un 51 por ciento; le siguen Andalucía con 11 por ciento y Comunidad Valenciana con un 7 por ciento. El 40 por ciento de los encuestados tiene un rango de edad entre 26 y 35 años y un 26 por ciento se encuentra entre los 36 y 45 años.

La segunda fase, o Votación Ciudadana, consiste en una encuesta sobre los Finalistas que emanan del sondeo anterior. La ciudadanía selecciona 6 periodistas (3 hombres y 3 mujeres), 3 medios y 3 espacios (programas/secciones) que merecen los Premios Enfocados o Desenfocados. Esta votación da lugar a la Lupa Especial del Público que se otorga al nombre más votado en cada categoría.

Esta etapa cuenta con la participación de la muestra de la Primera Fase y con la votación de la sociedad civil mediante la divulgación de la encuesta en las plataformas virtuales de las entidades participantes; anuncios en medios, asociaciones de investigación en comunicación, sindicatos, redes de ONG y Tercer Sector; y comentarios en las redes sociales: Twitter, Facebook y YouTube. Además, se informa a todos los finalistas a fin de que conozcan los objetivos y metodologías del Premio.

La participación en esta segunda fase alcanzó las 5783 votaciones. El análisis de estos datos expresan desequilibrios regionales: Madrid sigue superando a cualquier otra

autonomía concentrando un 35 por ciento de las votaciones; le sigue Andalucía con un 12 por ciento y Cataluña con 10 por ciento. También se percibe una mayor presencia de respuestas de hombres (58 por ciento) por encima de mujeres (42 por ciento). La implicación de la ciudadanía ha sido asimismo mayor que en la edición pasada, de lo que dan buena muestra los comentarios en la web y redes sociales, así como las sugerencias para la mejora del Premio recogidas a lo largo de las encuestas.

Las encuestas de la Primera y Segunda Fases se enviaron en dos períodos temporales distintos: el lanzamiento (en torno al 15 de junio para la Encuesta a Especialistas, y el 15 de septiembre para la Votación Ciudadana), y el recordatorio, una semana después de iniciar el proceso, hasta completar un total de quince días.

3. Resultados de la Segunda Edición de los Premios de 2014

La II Edición de los Premios introdujo como novedades la creación de tres premios para mujeres en categorías enfocada y desenfocada, dado que ninguna periodista resultó merecedora de estos reconocimientos en la I Edición. Las organizaciones promotoras de los Premios no entienden que existan diferencias sustanciales entre los abordajes periodísticos de hombres y mujeres, pero sí una falta de visibilidad femenina en los imaginarios de los/las encuestados/as que respondieron a las encuestas de la I Edición. Por otro lado, se intentaron ampliar el listado de especialistas y las vías de distribución de la encuesta entre la ciudadanía, lo que se suma a una mejora de la difusión de la iniciativa por parte de la Comisión de Comunicación, tanto en web como en los canales en Facebook, Twitter y YouTube, además de en forma de audiovisuales de presentación de objetivos y metodologías de los galardones. La encuesta determinó la siguiente lista de Premios Enfocados:

- Periodistas: Hombres: Jordi Évole (37%), Ignacio Escolar (32%); Iñaki Gabilondo (18%); Mujeres: Ana Pastor (30%) y Olga Rodríguez (24%) y Àngels Barceló (13%).
- Programas/Secciones: Salvados (19%); La Tuerka (18%); El Intermedio (15%).
- Medios: Eldiario.es (43%), Público.es (11%) y La Sexta (7%)

Como Desenfocados fueron seleccionados:

- Periodistas: Hombres: Francisco Marhuenda (33%); HermannTertsch (29%) y Federico Jiménez Losantos (17%); Mujeres: Mariló Montero (42%); Isabel San Sebastián (27%) y Curri Valenzuela (16%).
- Programas/Secciones: El Gato al Agua (26%); El Cascabel (13%) y Mujeres y Hombres y Viceversa (13%).
- Medios: La Razón (23%) Intereconomía Tv (20%) y 13Tv,(16%)

4. Posibles vías de mejora

Tras la celebración de la gala los promotores de la iniciativa hemos llevado a cabo reuniones para explorar las posibles vías para mejorar las futuras ediciones. Las propuestas parten del *feedback* recogido a través de la encuesta final, y de la detección de debilidades mejorables a partir de la experiencia del desarrollo de todo el proceso por parte de los diferentes subgrupos de trabajo implicados.

Tras una minuciosa tarea de síntesis resumimos a continuación las principales sugerencias de los participantes en la votación final de 2014, divididas en cinco categorías. Para el público es necesario:

4.1 Conocimiento del Premio

- Explicar mejor la metodología
- Explicar/aclarar conceptos “enfocado” y “desenfocado”

Respecto de las sugerencias que solicitan una mejor aclaración de la metodología y de los conceptos “enfocado” y “desenfocado”, el equipo procurará reforzar la divulgación clara y concisa tanto de la metodología como de los conceptos que utilizamos. También se baraja la realización de más vídeos explicativos y presentaciones a fin de hacer llegar de una manera sencilla y accesible los premios, su filosofía, valores, metodología y objetivos, así como de difundirlos en la web de los Premios (<https://premioenfoque.wordpress.com>) y las diferentes redes sociales y canales que ya se manejan: Facebook, Twitter, YouTube.

4.2 Transparencia del Premio

- Dar a conocer el nombre de las personas expertas que participan en la primera selección

Respecto de la sugerencia de dar a conocer el nombre de las personas expertas que participan en la primera votación, desde la organización se opta por difundir por diferentes vías el número de personas que han participado de cada sector: periodistas, academia y sector social. Los nombres e *email* no se pueden divulgar puesto que la encuesta se atiene a los principios de confidencialidad que requiere una práctica científica de este orden.

Por otro lado, se prevé la generación de gráficas y estadísticas para resumir los rasgos identificativos (sexo, localidad, edad, etc.) de las personas que han participado en la votación ciudadana y de especialistas, así como de los resultados finales. Estos e publicará a lo largo del año en la web y demás medios con el objeto de reforzar la transparencia del proceso. También se bajara la necesidad de hacer pública la lista de todos los votados por cada categoría, no solo el listado de finalistas.

4.3 Metodología del Premio

- Garantizar la presencia de medios locales/regionales para evitar concentración en ciertas regiones
- Diferenciar entre TV y otros medios para garantizar presencia de medios pequeños
- Diferenciar claramente periodismo de entretenimiento

Para garantizar la presencia de medios locales/regionales y evitar la concentración detectada sobre todo en Madrid, se buscará reforzar el contacto con las Comunidades Autónomas a través de distintas vías: la FESP, los contactos con medios comunitarios, las Coordinadoras Autonómicas de ONG y ONGD, y los contactos con otras universidades.

Respecto a este punto, los participantes del proceso se plantean que tal vez sería interesante cambiar la fase de encuesta a especialistas por un proceso de corte más

cualitativo (ej. Grupos focales) secuenciado durante unos meses a fin de reforzar el dinamismo de una primera fase. Esto, sin duda, favorecería el refuerzo de iniciativas locales y regionales, e incluso de proyectos nuevos o innovadores que han tenido escasa cabida entre finalistas o premiados de las dos ediciones.

Para llevar a cabo esta propuesta también se plantea la utilización de herramientas como Appgree⁶ con la idea de implicar a los expertos, prolongar el debate y favorecer que los especialistas conozcan otros medios de otras regiones, iniciativas más pequeñas, etc. Se obtendría así un listado más amplio de finalistas gracias a la participación y la valoración constante de las propuestas. Estos debates se pueden visibilizar a través de las redes sociales para que la ciudadanía también participe.

La sugerencia de diferenciar entre televisión y otros medios se considera que complicaría demasiado la propuesta. No así el diferenciar con mayor claridad el periodismo del entretenimiento. Este último punto se tratará de explicar en la encuesta inicial.

Una de las debilidades detectadas desde el equipo promotor es la dificultad de llegar a ciertos perfiles, como es el caso de personas mayores y algunos estratos socioeconómicos que no hacen un uso tan destacado de redes y Web 2.0 como los jóvenes de estratos medios. Para solventar este problema se ha discutido la necesidad de abrir el proceso a Encuestas Presenciales, es decir, realizar encuestas a pie de calle. El principal problema con el que nos encontramos es la falta de presupuesto y personal para realizar la tarea en toda la geografía española y el coste que ello supondría.

4.4 Difusión del Premio

- Difundir mejor las actividades a lo largo de todo el año
- Difundir de la Gala en *streaming*

Respecto a las sugerencias de este apartado, se acepta el fortalecer la difusión constante de la iniciativa a través de sus redes (web, Facebook, Twitter, YouTube) para generar una vinculación más permanente y reforzar las expectativas a lo largo de todo el año. Se buscará también garantizar la difusión de la gala en *streaming*. Para este punto

⁶Appgree es una aplicación para web y móvil que permite que grupos compuestos por decenas o millones de personas puedan comunicarse con la claridad, facilidad y coherencia con que lo haría una persona. Es una herramienta que da voz a grupos y ofrece un medio de escucha para aquellos que quieren oír sus respuestas (appgree.com).

se baraja la posibilidad de realizar un *crowdfunding* que permita afrontar los gastos que genera la iniciativa, o bien, la posibilidad de contar con patrocinio de una ONG en el marco de un premio “temático” garantizando la independencia.

4.5 Votación final

- Ofrecer la posibilidad de elección múltiple por categoría, de votación por puntos e incluso de abstención
- Brindar la posibilidad de proponer candidatos no señalados en la encuesta a especialista.
- Incluir una reseña de la trayectoria profesional

En cuanto a las sugerencias de este apartado se aceptan como próximas modificaciones la posibilidad de elección múltiple por cada categoría en vez de elegir a un solo candidato, así como incluir una casilla en blanco para proponer candidatos en cada categoría. En principio, incluir esta casilla en la votación final no supondrá mucha diferencia en los resultados, pero consideramos que esta opción es muy interesante a fin de aumentar la participación y el *feedback* de la ciudadanía. El listado de las personas y medios propuestos se publicará, por otra parte, en la web para que las iniciativas obtengan un mayor (re)conocimiento.

Se acepta para la próxima edición la posibilidad de abstención, en este sentido, se incluirá una casilla “NS/NC” en la encuesta final. También se buscará la forma de ofrecer una fotografía de los periodistas y/o una breve reseña de su trayectoria profesional. Este punto es un poco problemático en cuanto al coste que pueda suponer. Las herramientas gratuitas para realizar encuestas son limitadas y ofrecer esta posibilidad conllevaría el pago de las mismas. Este punto se resolvió en la II Edición ofreciendo en la web de los Premios información sobre los finalistas pero lo ideal sería poder visibilizar toda la información que la ciudadanía demandaba en la misma encuesta a fin de evitar los saltos de una página a otra y la correspondiente distracción de los/las encuestados/as.

Se estudiará, por último, la posibilidad de votación por puntos. Esta sugerencia está referida a la primera votación realizada por los especialistas. Desde el equipo promotor se contempla la posibilidad de ampliar la fase de votación de expertos

introduciendo esta propuesta para hacer una primera fase más dinámica y favorecer el debate, el intercambio y el conocimiento de iniciativas.

Todas estas sugerencias están siendo valoradas en reuniones periódicas en las que se reflexiona y se debate acerca de distintas opciones de mejora con la intención de fortalecer el premio y reforzar el empoderamiento (Chaparro, 2009) de la ciudadanía a partir de su práctica.

Conclusiones

Los Premios Enfocados/Desenfocados al Periodismo en España se destacan por cumplir un rol fiscalizador en relación con la calidad periodística, al incorporar tanto modalidades de valoración a coberturas informativas adecuadas (premios enfocados), como, principalmente, por proponer un antipremio (desenfocados) en el que la ciudadanía puede expresar qué medios, programas/secciones y periodistas descuidan el respeto a los valores fundamentales del periodismo, o a ideales como la justicia social y ambiental, y la consideración de las minorías o los grupos humanos vulnerables.

Un aspecto novedoso de los Premios Enfocados y Desenfocados al Periodismo en España, en relación con otros galardones, es la implementación de distintas fórmulas de participación de la ciudadanía en la evaluación del sistema mediático. Este modelo es una alternativa al mecanismo tradicional de selección compuesto por un comité de expertos o jurado que emite su veredicto, principalmente, a partir de las propuestas presentadas por los/las propios/as interesados/as.

Con estos premios, se crea un espacio para que la ciudadanía refleje sus preferencias y opiniones sobre el estado actual del periodismo, y a su vez actúa como método para tomar el pulso e incentivar la participación de la sociedad civil comprometida con los problemas sociales. También es una propuesta que toma en consideración los pensamientos, reflexiones e imaginarios de los/las participantes, incorporando sus sugerencias en cada nueva edición. En este sentido, y a diferencia de la mayor parte de los premios actualmente existentes, esta iniciativa tiene un jurado que está compuesto por la propia ciudadanía, por especialistas entre los que se engloban profesionales y estudiosos/as de la información, así como estudiantes que en un futuro asumirán responsabilidades en el escenario mediático.

Los premios no tienen contraprestación económica ni ánimo de lucro. Por tanto, los/las premiados/as no reciben remuneración, al igual que los propios colaboradores en

el proceso. Asimismo, la concesión de tres Premios por cada categoría enfocada y desenfocada permite que los galardones reconozcan la pluralidad de prácticas periodísticas en nuestro país, y contribuyan a la visibilización y el aprendizaje colectivo acerca de iniciativas y trayectorias que apuestan por los valores que guían a la iniciativa.

Por último, la organización resulta del todo innovadora en tanto que parte de un modelo de gestión cooperativo y asambleario, desde el ideal de que la construcción participativa del conocimiento colectivo supone un aprendizaje más enriquecedor que el aprendizaje individual, y del cual se nutren tanto los/las veteranos/as en la profesión como para los/las recién llegados a la misma. Asimismo, las organizaciones promotoras se autoperceben como una alianza para la reforma mediática, e instigan la participación de la ciudadanía como mecanismo nivelador y fiscalizador de un sistema de medios atento o desatento a sus necesidades y aspiraciones últimas.

Bibliografía

- Asociación de la Prensa de Madrid (2012). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Chaparro, M. (2009). Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Perspectivas de la comunicación*, 2 (1), 146-158.
- D' Arcy, J. (1969). El derecho humano a comunicar. *Serie de Estudios y Documentos de Información*, 36.
- Díaz Nosty, B. (2013). *La prensa en el nuevo ecosistema informativo. ¡Que paren las rotativas!. La transición al medio continuo*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Gray-Felder, D. y Deane, J. (1999). *Communication for social change: A position paper and conference report*. New York: Rockefeller Foundation Report. Recuperado de www.communicationforsocialchange.org/pdf/positionpaper.pdf
- Gumucio, A. y Tufte, T. (2008). Raíces e importancia. Introducción a la antología de comunicación para el cambio social. En Gumucio, A. y Tufte, T. (coords.), *Antología de la comunicación para el cambio social. Lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Plural, 16-45.
- Fernández, L. y Prieto, C. (2014). La comunicación para el desarrollo como derecho de la ciudadanía. La experiencia formativa del Sindicato de Periodistas de Andalucía. En García, M., García Galindo, J. y Huerta, M. A. (coords.), *El papel de la Universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano*. Madrid: Fragua, 181-202
- Hamelink, C. y Hoffmann, J. (2010). Communication as a human right: Picking up the challenge. En Dakroury, A.; Eid, M. y Kamalipour, Y.R. (eds.), *The right to communicate. Historical hopes, global debates, and future premises*. Dubuqu, IA: Kendall Hunt.
- Mc Bride, S. (1980): *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Thomas, P. (2006). The communication rights in the information society (CRIS) Campaign. Applying social movement theories to an analysis of global media reform. *International Communication Gazette*, 68(4), 291-312.

Biografía

Alejandro Barranquero Carretero es Profesor e Investigador en el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor en Periodismo y Licenciado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Málaga, forma parte del Grupo de investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) en la Universidad Complutense de Madrid: Correo electrónico: abarranq@hum.uc3m.es.

Alex Iván Arévalo Salinas es Personal Docente e Investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. También miembro del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) de la Universitat Jaume I de Castellón. Doctor en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Licenciado en Periodismo en la Universidad de Playa Ancha, Chile. Correo electrónico: aarevalo@uji.es

Belén Macías Varela es Profesora e Investigadora del grupo Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Master Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: belen.macias@uca.es

Gonzalo Ceballos Castro es Investigador del grupo Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es

Bloque IV
Comunicación comercial,
organizaciones y cambio
social

Part IV
Commercial communication,
organizations and social
change

Las marcas y la seducción del activismo

Brands and the erotics of activism

María José Gámez Fuentes, Universitat Jaume I (Castellón, Spain)

Marcial García López, Universidad de Málaga (Spain)

Resumen

Con la eclosión y el eco inesperado del 15M, Occupy, primavera árabe... la comunicación de las marcas comerciales se desplaza progresivamente al territorio de la transformación social. La publicidad y la comunicación comercial ya no sólo están definiéndose y conformándose añadiendo un plus coyuntural a las marcas en un proceso de sobresignificación de las mismas a través de representaciones creativas de ciertos valores sociales dominantes o en auge, sino que se erigen como agentes de cambio social en sí mismas. En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo analizar el proceso de apropiación e instrumentalización del 15M y sus formas, símbolos y propuestas por parte de las marcas. Nuestra intención es abordar de qué modo el discurso publicitario parece hacer compatibles esas utopías con el propio sistema político-económico que las hizo nacer a través de un proceso de identificación de los intereses de las empresas con el interés general defendido desde los movimientos sociales. Para ello exploraremos cómo la nueva comunicación comercial comparte con la comunicación de los movimientos sociales demasiadas claves de eficacia cultural: sensibilidad moral, *engagement*, búsqueda de una sabiduría cultural y resonancia cultural, consiguiendo así hacer más creíble, por viable, y con la misma carga emocional, el cambio social en el marco de un capitalismo amable y social frente al riesgo y la incertidumbre de una transformación radical. En última instancia, nuestro objetivo es detectar las grietas del nuevo discurso de las marcas para poder hacer propuestas comunicativas desde los movimientos sociales que sean capaces de desactivar ese proceso de identificación.

Palabras clave

Publicidad; eficacia cultural; marcas; activismo; cambio social.

Abstract

With the unexpected uprisings and echoes stemming from the Spanish 15M, the Occupy movement, the Arab spring, etc., advertising moves progressively towards the territory of the social transformation. Advertising, corporate and commercial communication no longer aim at merely acquiring a surplus of symbolic capital through attaching their brands to social values. They want to become agents of social change for themselves and want audiences to perceive them as such. In this context, the present paper intends to analyze how brands carry out that process of appropriation and instrumentalization of the 15M's imaginary, forms, symbols and proposals. Our intention is to tackle the way advertising discourse seems to make compatible social movements utopias with the very economic and political system that enabled them and,

how, on the other hand, corporate interests are made to be identified with the general interest of the people defended by social movements. In order to do this, we will explore how the new commercial communication shares with the communication of the social movements too many keys of cultural efficiency: moral sensitivity, engagement, sharing of cultural knowledge and cultural resonance. Before the risk, uncertainty and precarity of radical social transformation, we will also investigate the representational codes and emotional investments used by the brands in order to make social change credible within the parameters of a soft image of capitalism. In the last instance, our objective is to detect the cracks of that new discourse coming from the brands in order to propose new communicative strategies to social movements so that they could deactivate the process of reappropriation and identification from the brands.

Keywords

Advertising; cultural efficacy; brands; activism; social change.

Introducción

En un reciente artículo de la revista *Adweek* (Castillo, 2014) se reflexionaba cómo la exitosa campaña para concienciar sobre la Esclerosis Lateral Amiotrófica constituía el epítome de una tendencia al alza entre las corporaciones: convertir sus marcas en agentes de cambio. El motivo, según defendía el artículo, es que “*they have the ability to affect social change in the way editors do*”. El presente trabajo tiene como objetivo analizar ese proceso focalizando en el contexto español para indagar cómo las marcas se han apropiado e instrumentalizado el imaginario del 15M, sus formas, símbolos y propuestas. Nuestra intención es abordar de qué modo el discurso publicitario parece hacer compatibles las utopías defendidas por los movimientos sociales con el propio sistema político-económico que las hizo nacer a través de un proceso de identificación de los intereses de las empresas con el interés general defendido desde los movimientos.

Nos guían las siguientes preguntas: ¿Hasta qué punto pueden capitalizar las marcas con éxito sobre los discursos surgidos al amparo de los últimos movimientos sociales donde las emociones dominantes de ira, enfado, anomía social, ansiedad, alienación, tienen como caldo de cultivo la intersección entre la precariedad individual y los problemas transversales, y donde los/as despojados y vulnerados/as buscan reconocimiento y dignidad (Benski et al., 2013: 545-546)? ¿Qué implicaciones de coherencia o disonancia comunicativa conlleva emular desde las corporaciones la comunicación de los movimientos sociales desarrollada contra las adversidades del capitalismo (Sampedro y Lobera, 2014: 16)?

Para llevar a cabo nuestro trabajo, analizaremos aquellas campañas comerciales que se han hecho eco de las consignas del 15M examinando qué variables comunicativas son reapropiadas y qué implicaciones conlleva en cuanto a la ética comunicativa de las marcas. En última instancia, nuestro objetivo es detectar las grietas (Giró, 2010) del nuevo discurso de las marcas para poder hacer propuestas comunicativas desde los movimientos sociales que sean capaces de desactivar ese proceso de identificación.

1. Estado de la cuestión

El interés de las marcas por desarrollar una comunicación social, o asociar su reputación y campañas a valores sociales o llevar a cabo un marketing con causa no es nada nuevo. Será a principios del nuevo siglo cuando la publicidad comience a romper su clásico discurso de la felicidad: “En materia de justicia social, las marcas han reemplazado a los movimientos [...] El *marketing* se renueva entonces exhibiéndose bajo los trazos de un discurso crítico sobre la sociedad de consumo” (Frank, 2001: 27). Y es el 15M el que termina de confirmar que la estrategia publicitaria va por buen camino: “El movimiento nació con un andamiaje de crítica y de propuesta que bebía del discurso de contestación franca del capitalismo y de sus miserias” (Taibo: 2011, 34).

Lo que, sin embargo, sí ha cambiado significativamente es la dimensión que se le quiere otorgar a la marca respecto al cambio social, ya que el éxito de los últimos movimientos sociales en la activación de la ciudadanía ha llamado la atención de las corporaciones. Estas han visto el poder comunicativo de dichos movimientos como un capital al que no pueden permanecer ajenas. La marca pretende convertirse en agente de cambio en sí misma, como si de una ONG o movimiento social se tratase. Así lo atestiguan la creación de agencias de publicidad como la española *Quiero cambiar el mundo haciendo marketing*, la inglesa *Goodvertising* (Kolster, 2012), el surgimiento de la red empresarial *Sustainable Brands* en 2006 o la reciente publicación de *Change Marketers. La empresa como agente de cambio* (León, 2014). Todo ello sintomatiza la necesidad de renovación por parte de las marcas, cuya comunicación no puede darle la espalda a las demandas de sostenibilidad por parte de la ciudadanía. Como rezaba un reciente artículo en *The Guardian*: “*The advertising industry should be driving the sustainability conversation*” (Lindsay, 2014). En España la traducción de estas tendencias ha dado lugar a campañas como “Políticos extraordinarios” de Aquarius, “Tu

revolución empieza en casa” de Ikea, “*Urban gardening*” de Camper o “El currículum de todos” de Campofrío.

Pareciera que las marcas hacen causa de las utopías revividas en el 15M desde un discurso de *mea culpa*, invitando al activismo. Se lanzan a activar las emociones de la ciudadanía (léase, consumidores/as en términos corporativos) cultivando las claves desarrolladas por la comunicación de ONG y movimientos sociales: una comunicación para el cambio social. Consiguen así hacer más creíble, por viable, y con la misma carga emocional, el cambio social en el marco de un capitalismo amable y social frente al riesgo (Beck, 2006) y la incertidumbre de una transformación radical.

2. Delimitación conceptual y metodología

Con el objetivo de analizar las características de esa comunicación reapropiada desde las corporaciones, hemos de delimitar, en primer lugar, el campo conceptual en el que nos movemos para posteriormente indagar qué ocurre a nivel comunicativo cuando las empresas deciden posicionarse como agentes de cambio.

El presente trabajo está fundamentado en el concepto de comunicación y cambio social desarrollado bajo el proyecto “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (Ministerio de Ciencia e Innovación, código CSO2012-34066), el cual, a su vez, está fuertemente influenciado por el trabajo que se viene realizando desde el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz de la Universitat Jaume I de Castellón y el Grupo de Investigación de la Universidad de Málaga “Comunicación y Poder” (SEJ-390). En este marco de investigación, trabajamos sobre un concepto de comunicación para el cambio social vinculado a la comunicación participativa cuyos antecedentes se remontan, en el campo del activismo, a los cambios ideológicos asociados a los primeros movimientos sociales y, en el ámbito de la universidad, a las aportaciones de los Estudios Culturales, la Economía Política y los Estudios de Paz sobre la ética comunicativa. Así, nos centramos en investigar la comunicación cuyos objetivos pasan por activar emociones sobre las injusticias. En concreto, el proyecto se centra en la comunicación de movimientos como el 15M y la PAH ya que constituyen ejemplos de creatividad comunicativa que han contagiado a la ciudadanía siendo capaces de desmontar los imaginarios dominantes, con el fin último de provocar cambios estructurales.

Ahora bien, como parte de nuestro trabajo también es necesario investigar el

proceso por el que este tipo de comunicación es adoptada por parte de las marcas: sobre qué variables se está realizando, qué procesos de identificación cultural están siendo validados y desde qué marcos de comprensión. En definitiva, la forma de emular el éxito comunicativo de los últimos movimientos sociales y la ética comunicativa que subyace a su traslación al ámbito comercial son aquí objeto de nuestro interés. En concreto, el corpus de análisis se circunscribe a las siguientes campañas publicitarias realizadas desde 2011 a la actualidad: “Invasión extraterrestre”, Mahou; “Políticos extraordinarios”, Aquarius; “Razones para creer” y “Sillas”, Coca-Cola; “El currículum de todos” e “Incendio fábrica”, Campofrío; “Feliz año”, Nestlé; “Tu revolución empieza en casa”, IKEA; “Desaprender”, ING; “Entrevistas sobre el cambio”, Banco Sabadell; “Comparte”, Lotería nacional.

Nuestra intención es analizar cómo la nueva comunicación comercial (ejemplificada a través de casos de estudio de campañas como las mencionadas arriba) comparte con la comunicación de los movimientos sociales demasiadas claves de “eficacia cultural” (Nos Aldás, 2007) detectadas en estudios previos. Trabajos como el de Pinazo Calatayud y Nos Aldás (2013) sobre sensibilidad moral y *engagement* o Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo (2015) sobre sabiduría y resonancia culturales apuntan, en este sentido, los pilares sobre los que se asienta la comunicación que busca el empoderamiento de la ciudadanía a través del uso de un discurso que pasa de un modelo de ayuda a otro de protesta. Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo (2015) proponen, en concreto, que la resonancia cultural es un factor clave de eficacia cultural: para que un mensaje active la acción ciudadana debe engarzarse en la reserva de significados de la cultura política de una sociedad concreta en un contexto histórico específico, evitando al mismo tiempo disonancias con esa reserva de significados. Será, como veremos, esa posibilidad de disonancia la que abra el mayor umbral de riesgo para las corporaciones y el que constituye el mayor horizonte de posibilidades para la comunicación alternativa.

Nos movemos, por tanto, en el terreno de la transformación de marcos interpretativos a través de una comunicación asumida como compromiso (Austin 1975; Martínez Guzmán, 2003; Nos Aldás y Gámez Fuentes, 2006) y capaz de desmontar imaginarios dominantes que invisibilizan cómo nuestros comportamientos forman parte de la hegemonía (Butler, 1990, 2005 y 2010; De Lauretis, 1984; Confortini, 2006). La comunicación tiene, en este contexto, una responsabilidad cultural hacia la justicia social por lo que su objetivo ha de ser de carácter pedagógico respecto a la activación de

una sensibilidad moral que derive en la transformación/acción ciudadana. Nos interesará abordar cómo se juega en ese terreno la credibilidad de una marca que defiende un cambio social en el marco del capitalismo amable.

En base a la operatividad, y como primer paso de una pesquisa que comienza con este trabajo, analizaremos los anuncios de nuestro corpus siguiendo tres de los criterios que han sido recogidos por Arévalo Salinas (2014), como indicadores para una comunicación empoderadora de cambio social. Nos referimos, en primer lugar, a la transversalidad (sociodemográfica y/o temática), entendida como la inclusión de personas de diferentes extracciones y de temas o causas que afectan a todo un colectivo independientemente de ideologías partidistas; en segundo lugar, la focalización (en la descripción y/o en el enfoque), referida tanto a la capacidad de un relato para explicar un problema en profundidad (destacando factores y/o actores que originan el conflicto y las acciones necesarias para modificarlo) como a la intención de dotar a ese discurso de cercanía respecto a las experiencias cotidianas de los/as interlocutores/as; y, por último, el refuerzo positivo, relativo a la visibilización de resultados positivos previos que animen a la acción.

2.1. Metodología

Para estudiar los mensajes publicitarios hacemos uso de la metodología de análisis de contenido (Deacon et al., 1999: 116). Desde las ideas y perspectivas planteadas a lo largo del texto, apuntamos las variables que han hecho operativo nuestro análisis de contenido:

1. Tema o asunto, referido tanto al contenido estratégico del spot, que tiene presencia con una intencionalidad persuasiva (tematización conceptual), como al contenido que se expresa desde una tematización narrativa.
2. Público objetivo de la campaña.
3. Actor, como personas, grupos, instituciones u otro objeto simbólico que ocupan posiciones centrales o llevan a cabo determinadas acciones. Pero no basta con ver quién tiene presencia, sino también los enfoques con los que aparecen: aquel o aquello de quien se predica algo.
4. Características personales y rasgos de carácter, aplicables tanto a individuos como a grupos o instituciones, además de sus metas o ambiciones, que obviamente expresan valores.
5. Atributo, referido al “cómo aparece”. Además de la atribución de

personajes, también se debe analizar lo que se predica de manera específica de una situación o problema y no de un personaje exclusivamente.

6. Por qué, sobre el tipo de causa invocada: causalidad moral (atribución a personas); analítica y racional (atribución a la situación o a factores estructurales).
7. Dónde, es decir, los lugares y escenarios donde se desarrollan las acciones.
8. Arquitectura (códigos visuales, sonoros y sintácticos) y formato narrativo.
9. Intensidad, cuyo efecto viene derivado de la carga y componente emocional o sentimental del spot.
10. Acciones: tipos, características y funciones, tanto las desarrolladas en el spot como las expresadas asociadas al cambio social.
11. Transformaciones, personales o estructurales, no sólo las que se operan en el spot, sino también las invocadas o mostradas como cambio social.
12. Criterio o valor, como los valores que expresan la identidad de la marca.

3. Interpretación de resultados: La seducción del activismo, entre idealización y desactivación

Nuestro análisis nos ha llevado en primer lugar a detectar que, en lo que se refiere a la transversalidad temática, los mensajes de estos spots enfatizan una lógica en la que el componente ideológico resulta difuminado, replicando así una característica fundamental de los nuevos movimientos sociales, el apartidismo. Por ejemplo, en “Razones para creer” o “Invasión”, la crisis, presentada como problemas concretos y sin retóricas antisistema, afecta a todo tipo de personas y colectivos independientemente de claves políticas; además, dichos problemas se enfrentan con una actitud festiva, emocional y de solidaridad creativa. Su discurso resulta así atractivo entre amplias capas de la opinión pública¹.

Por otro lado, hemos comprobado que en el conjunto de la muestra se hace evidente una transversalidad sociodemográfica a través de la integración de individuos de diferente edad, clase social o formación, aunque esto responde más bien a una necesidad estratégica de identificación con los públicos. Aun así, es precisamente esta imagen integradora lo que da sentido y coherencia a la transversalidad temática,

¹ Resulta interesante destacar que la totalidad de las marcas que componen nuestro universo de estudio se aglutinan en 4 sectores: alimentación y bebidas; ropa; hogar y banca. Sectores que por sus características de consumo hacen creíble la transversalidad de los mensajes, además de dotar de cercanía a su discurso.

también presente en el 100% de la muestra. Se evidencia un consenso social en torno a un problema que recorre a toda la sociedad y que se sustenta sobre el relato clásico de un enemigo o amenaza común que actúa como elemento de cohesión, vaciando de sentido las lecturas ideológicas que han construido los discursos y movimientos críticos con el capitalismo y sus miserias: en “Invasión” y en “Sillas”, por ejemplo, las metáforas del OVNI o de las sillas actúan como el “ellos” frente al “nosotros” (el conjunto de la sociedad)², relato que también cobra sentido en el espacio privado, como vemos en “Entrevistas para el cambio”.

Parece haber de fondo, por tanto, un discurso según el cual lo ideológico enfrenta y resulta necesario difuminarlo para acercar a las personas y hacer creíble o factible la transformación. A los spots “Invasión”, “Comparte” o “El currículum de todos”, por ejemplo, que evidencian esa transversalidad, mostrando a todo tipo de personas que componen además ese colchón social que permite la supervivencia ante la crisis, se suma “Entrevistas sobre el cambio”, con expertos y personas de éxito social como legitimación ilustrativa del discurso de cambio en el contexto del capitalismo de rostro humano.

En cuanto al siguiente criterio de eficacia cultural ya apuntado, la focalización, en el conjunto de la muestra analizada hemos detectado que en ningún caso los factores causantes de la crisis se enuncian como estructurales. Es interesante destacar el caso del spot “Políticos extraordinarios”, que sitúa las causas en la pérdida de valores de parte de la clase política pero las reduce a individualidades perversas³. El resto de marcas enfocan el problema desde los testimonios y vivencias de la crisis por parte de la población, expresadas en diferentes dimensiones: lo patriótico o la identidad nacional (“El currículum de todos”); grupos (jóvenes migrantes, pensionistas que mantienen a su familia, afectados por los desahucios o parados como en “Razones para creer” o “Invasión”); privado (“La revolución empieza en casa” o “Desaprender”). La clave del refuerzo positivo, tercer factor de eficacia, se expresa a través de emociones positivas, de apoyo mutuo y optimismo, siempre en un entorno lúdico, casi de celebración. Como la emotiva imagen de un grupo soltando en un río velas con mensajes de optimismo y solidaridad, de “Feliz año”, o las movilizadoras escenas del spot de IKEA que sitúan el

² Como también se ha evidenciado en la investigación sobre la comunicación de la PAH recogida en Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo (2015).

³ Lo que supone asumir algunos de los *leitmotifs* de los lemas del 15M: “No hay pan para tanto chorizo”, por ejemplo, que en sí mismo dota de cercanía el discurso publicitario a la experiencia de indignación ciudadana.

inicio del cambio en las pequeñas transformaciones cotidianas, o incluso los casos reales en “Razones para creer”. Son imágenes y estéticas potentes, inspiradoras y contagiosas, como las de las movilizaciones ciudadanas capaces de parar desahucios.

Se produce así un proceso de *compensación* en el que el discurso de la transformación se limita al crecimiento personal, la autosuperación, a reforzar la seguridad en uno/a mismo/a y en el cultivo individual de los valores éticos bajo un marco de celebratoria unión con los/as demás. En los diferentes spots analizados, el discurso de lo social-transformador procedente de las utopías de los movimientos sociales se reduce a lo individual. Se desplaza el debate y la lucha del territorio de lo político al territorio de lo individual. Transformar nuestra sociedad hacia una profundización radical de la justicia y la dignidad parece pasar sólo por conseguir que la gente se sienta mejor consigo misma, que ante la crisis, sobre todo hay que ser fuerte, positivo y optimista (“A todos nos pasa algo bueno en la vida en algún momento”: Nestlé), buscando lo mejor de nosotros y de lo que nos rodea (humoristas que nos dan razones para saber poner buena cara al mal tiempo: “El currículum de todos”). Tal como apunta Frank (2011: 370): “la cultura del consumo (...) ha redirigido los movimientos reformistas intensamente anticapitalistas por rutas no amenazadoras”.

Y aunque la solidaridad aparece en todos los spots como el valor medular de sus narraciones, no lo hace como herramienta transformadora de la sociedad sino como colchón social que, aunque es capaz de corregir injusticias, su acción no se dirige al sistema si no al buen sentir del individuo. Al fin y al cabo, el dogma de este discurso del capitalismo de rostro humano, que Žižek etiqueta como el de los “comunistas liberales”, es que “sólo hay problemas concretos que deben resolverse (...) no hay motivo para recurrir a la añeja retórica antimperialista” (2013: 30).

De manera que en esos spots, el origen de las injusticias no se sitúa en un orden económico dominante, ni se resuelven instaurando un nuevo orden económico ni político, sino desarrollando una voluntad individual más sólida, más “emprendedora”, más sensible y empática, lo que dará lugar a un orden social más justo. Ahí sitúan las marcas la oportunidad real para cambiar la sociedad.

Conclusiones

Es ahora cuando corresponde cristalizar, brevemente, las claves sobre las que activar una comunicación capaz de conseguir un “distanciamiento” emocional con

respecto a la nueva publicidad analizada para que así los públicos puedan reflexionar de una manera crítica, en lugar de hacer que se identifiquen con los sueños contruidos por y para las marcas.

El empeño de una contracomunicación liberadora debe centrarse en proponer los mensajes “transformadores” de las marcas como problema, evidenciando las disonancias del mensaje comercial respecto a la reserva de significados compartidos. Ha de ser capaz de visibilizar cómo los imaginarios de cambio plasmados en el relato de las marcas son de carácter exógeno, es decir, no surgen desde dentro de la ciudadanía como resultado de una toma de conciencia colectiva si no que son el resultado de una estrategia de identificación con el público. No forman parte de un proyecto participado para la construcción de estilos y estrategias en favor de la concreción de sus objetivos alternativos para la transformación social. Más bien, las marcas delimitan la medida de nuestro compromiso y la base sobre la que se define el cambio social en base a los intereses de su *target*.

Por otro lado, los mensajes de cambio desde las corporaciones invisibilizan las injusticias globales y la felicidad sigue sin situarse fuera de la cultura global del consumo. Más bien se potencia ese aspecto de búsqueda de la felicidad o del bienestar individual recuperando el carácter estético y de puesta en escena de las manifestaciones, dejando a un lado el contenido. Esto se traduce narrativamente en amaneceres, grupos, juventud, globalidad... Prima la indignación 15M como una indignación “creativa”, capitalizando sobre el carácter lúdico de esa puesta en escena. La escenificación de la empatía seduce a las marcas.

La sociedad se transforma unida por el consumo. Se focaliza sobre la vivencia individual de problemas delimitados desde la marca y que siempre se reducen a cómo nos sentimos, nunca a cuestionar la raíz estructural de la precariedad que le da origen.

Finalmente, todo se sitúa en ese territorio de la moral individual, tan del gusto de las religiones y del capitalismo. Recordemos con Weber (2012) la relación entre la ética protestante y el espíritu del capitalismo. El pragmatismo derivado de dicha ética ha legitimado la injusticia fundadora del capitalismo: los individuos no nacemos iguales ante el mercado. Y la comunicación “transformadora” de las marcas sigue sin cuestionarla. No se puede obviar, por tanto, que los relatos de dignidad, solidaridad y esperanza expresados en la publicidad objeto de nuestro estudio ocultan, en realidad, una distopía.

Bibliografía

- Arévalo Salinas, A. (2014). Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatorio. *COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3 (1), 57-92.
- Austin, John L. (1975). *How to Do Things with Words*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 2006.
- Benski, T. et al. (2013). From the streets and squares to social movement studies: What have we learned? *Current Sociology*, 61 (4), 541-561.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble*. London: Routledge.
- Butler, J. (2005). *Giving an Account of Oneself*. New York: Fordham University Press.
- Butler, J. (2010). *Frames of War. When is Life Grievable?* London: Verso.
- Castillo, M. (2014). Social activism becomes a thing for brands, thanks to the Ice Bucket Challenge, *Adweek*, 31/08/2014. Recuperado de <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/social-activism-becomes-thing-brands-thanks-ice-bucket-challenge-159810>.
- Confortini, C. (2006). Galtung, violence and gender: the case for a Peace Studies/Feminism Alliance. *Peace & Change*, 31 (3) July, 333-367.
- Deacon, D. et al. (1999). *Researching Communication I. A practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. Londres: Arnold
- De Lauretis, T. (1984). *Alice Doesn't: Feminism, Semiotics, Cinema*. Bloomington: Indiana University Press.
- Frank, Th. (2001). Marketing para la liberación. *Le Monde Diplomatique (edición española)*, 67, mayo, 26-27.
- Frank, Th (2011). *La conquista de lo cool. El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*. Barcelona: Alpha Decay
- Giró, X. (2010). Periodismo político. Discursos y grietas: La lógica de los actores, los límites de los medios y las metas periodísticas. En Camacho, I. (coord.) *La especialización en Periodismo. Formarse para informar* (pp. 75-95). Madrid: Comunicación Social.
- Kolster, T. (2012). *Goodvertising. Creative Advertising that Cares*. London: Thames and Hudson.
- León, J. C. (2014). *Change Marketers. La empresa como agente de cambio*. Madrid: El Viso Media y Madrid School of Marketing.
- Lindsay, T. (2014). The advertising industry should be driving the sustainability conversation. *The Guardian*, 21 abril 2014. Recuperado de <http://www.theguardian.com/sustainable-business/advertising-industry-drive-sustainability-conversation>.
- Martínez Guzmán, V. (2003). Discurso y sensibilización: entre la indignación y al esperanza. En Benet, V. J. y Nos Aldás, E. (eds.) *La publicidad en el Tercer Sector* (pp. 203-227). Barcelona: Icaria.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria.
- Nos Aldás, E. y Gámez Fuentes, M. J. (2006). *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la (des)articulación social*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S. e Iranzo, A. (2015). Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia

cultural en el caso de la PAH. En *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: iMEDEA/Laboratorio de Comunicación y Cultura COMAndalucía.

Pinazo Calatayud, D. y Nos Aldás, E. (2013). Developing moral sensitivity through protest scenarios. *Communication Research*. Publicado en línea 18/06/2013.

Sampedro, V. y Lobera, J.(2014). The Spanish 15-M Movement: a consensual dissent? *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15 (4), 1-16. Publicado en línea 29/09/2014.

Taibo, C. (2011). *Nada será como antes. Sobre el movimiento 15M*. Madrid: Catarata.

Weber, M. (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial.

Žižek, S. (2013). *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Madrid: Austral.

Agradecimientos

El presente trabajo forma parte del proyecto “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (Ministerio de Ciencia e Innovación, código CSO2012-34066).

Biografía

Marcial García López. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense. Profesor Titular en la Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Responsable del Grupo de Investigación reconocido por la Junta de Andalucía con el código SEJ-390: "Comunicación y Poder". Coordinador del proyecto COMSOLIDAR, para el estudio y desarrollo de la comunicación solidaria. Sus investigaciones se centran especialmente en la comunicación y la cooperación, y en la comunicación para el cambio social, con especial atención en la comunicación participativa y de creación colectiva. Correo electrónico: marcial@uma.es.

María José Gámez Fuentes es Doctora en Teoría Crítica y Estudios Culturales por la Universidad de Nottingham (Reino Unido), institución donde ejerció también como docente. En la actualidad es profesora titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón, secretaria del Instituto de Desarrollo Social y Paz y miembro del Instituto de Investigaciones Feministas de dicha universidad. Sus investigaciones se centran en la comunicación para el cambio social desde una perspectiva de género con especial atención a la transformación de los marcos de reconocimiento de las violencias contra las mujeres y el lugar del feminismo en el debate sobre sujeto, comunicación y política. Correo electrónico: gamezf@uji.es.

Publicidad eficaz para el cambio social. Análisis de las campañas más eficaces en el área de Responsabilidad Social

Effective advertising for social change. Analysis of effective campaigns in the field of Social Responsibility

Cristina González Oñate, Universitat Jaume I de Castellón

Resumen

El fuerte impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación está cambiando los hábitos de los telespectadores, lectores y usuarios. Nuestra sociedad ha pasado de la cultura de los medios de comunicación, caracterizada por la transmisión e intercambio de información, a la cultura de la tecnología de la comunicación. Los individuos han adaptado el rol de protagonistas dentro de la cadena de la información, han adquirido nuevos hábitos en el uso de las nuevas tecnologías y, como consecuencia de este conocimiento adquirido, se han vuelto mucho más exigentes a la hora de recibir información. Esta revolución tecnológica digital ha generado nuevas formas sociológicas que deben ser muy tenidas en cuenta por los profesionales de la comunicación. Los públicos objetivos se han visto inmersos en un cambio tecnológico que ha influido, notablemente, en su concepción de la comunicación dentro de la cotidianidad de su vida. Estos cambios influyen en telespectadores, lectores y usuarios; en definitiva, en la sociedad. Por tanto, influyen indefectiblemente en las formas de llegar hasta ella.

La publicidad tiene un discurso que es capaz de generar concienciación social y permitir cambiar las injustas reglas del comercio internacional, mejorar las condiciones de vida de muchas familias y colaborar en la erradicación de la pobreza y la desigualdad. Por medio de este artículo, se pretende analizar la campaña más eficaz en España de 2014 según los Premios de Eficacia de la Publicidad dentro de la categoría que dedican a campañas de Responsabilidad Social. Para ello, se analiza el propio concepto de eficacia y hasta dónde puede llegar una campaña de publicidad a concienciar a la sociedad.

Palabras clave

Comunicación comercial; organizaciones; cambio social; eficacia; responsabilidad social.

Abstract

The strong impact of new communication technologies is changing the habits of TV viewers, newspaper readers and traditional media users. Our society has moved from the “media culture”, characterized by transmission and exchange of information, to the “culture of communication technology”. Individuals have adapted the role of actors in the chain of information and have acquired new habits in the use of new technologies. As a result of this acquired skills, users have become much more demanding when receiving information. This digital and technological revolution has generated new sociological forms that must be taken into consideration by communication professionals and practitioners. The new target groups have been surrounded by a new technological change that has influenced notably their own conception of daily-life and regular communication. These changes influence TV viewers, newspaper readers and communication users; ultimately, society. Therefore, inevitably, they influence the forms to reach society.

Advertising has a discourse that can create social awareness, change the unfair rules of international trade, improve the lives of many families and contribute to the eradication of poverty and inequality. This article aims to analyze the most effective campaign in 2014 in Spain, according to the National Advertising Effectiveness Awards, within the category of Social Responsibility. In order to do this, this paper analyzes the concept of efficacy and how far an advertising campaign is able to raise public and social awareness.

Keywords

Business Communication; companies; social change; efficacy; social responsibility.

Introducción

La Sociedad Digital propone un modelo en el que la comunicación converge a través de las pantallas otorgando la oportunidad de un *feedback* que ha modificado las relaciones entre los individuos. Con las Tecnologías de la Información y Comunicación (en adelante TIC), nos encontramos con un sistema comunicativo donde todos los usuarios que participan pueden ocupar la situación de emisores (creadores y consumidores, los *crossusers*) mediante la creación de contenidos y, especialmente, mediante la participación. Las empresas de la industria de las TIC se han visto obligadas a modificar la forma de relacionarse con los consumidores, la manera de comunicar sus contenidos. Esta revolución tecnológica genera que los ciudadanos se estén acostumbrando a ver una técnica, un nuevo escenario en el cual ellos comienzan a tener un mayor protagonismo. Mediante esta comunicación pretendemos poner de relevancia la importancia de la eficacia publicitaria a la hora de comunicar mensajes que empujen al cambio social, es decir, aquellas marcas cuyos objetivos se centran en la responsabilidad social que tienen para generar concienciación social y colaborar en hacer un mundo más justo. Para ello, hemos escogido los Premios a la Eficacia publicitaria Española como modelo de análisis de aquellas campañas que se consideran eficaces por parte de los profesionales del sector publicitario con el fin de analizar en profundidad la campaña ganadora de 2014 dentro de la categoría Espacial de Responsabilidad Social que estos premios concenden todos los años.

1. El nuevo rol del consumidor

Lo digital se ha convertido en la forma habitual de tratar la información por parte de los usuarios, e Internet es ya una herramienta fundamental para consumir prensa, ver contenidos audiovisuales, comprar, relacionarse con otros, entretenerse o trabajar. En esta nueva era de la información, hemos sido testigos del gran cambio que ha sufrido el

consumidor. Hemos pasado de ser consumidores pasivos a activos y eso ha dado pie al surgimiento de otro modelo de consumidor; el *crossumer*. El *crossumer* prefiere escuchar la opinión de personas como él, que la comunicación interesada de las empresas o de los medios de comunicación, mientras que el *prosumer*, es un concepto que hace referencia a los consumidores activos que generan, producen y crean información, se encargan de difundir opinión sobre marcas y empresas a través de las redes sociales e Internet (Gil y Romero, 2008). Los *prosumers* no necesitan legitimización social, académica o económica para publicar sus ideas y/o noticias, sino que lo hacen libremente. Son expertos en su campo y utilizan las redes sociales para demostrar su compromiso desinteresado con la sociedad y aportar su grano de arena a la constitución de relaciones de valor recíprocas entre el cliente y el consumidor. Éstos se han convertido en los nuevos “jueces” del mercado, gestionando de una forma democrática su poder.

1.1 El consumidor es el nuevo medio social

En el año 2000, se publicó el Cluetrain Manifiesto, redactado por varios autores, un texto visionario que se adelantó a su tiempo al señalar cómo con la irrupción de Internet los mercados se convierten en conversaciones. Y la conversación es por definición algo propio de los seres humanos, no de organizaciones. Si las corporaciones quieren conversar, tendrán que humanizar la marca empresarial, buscar un tono de voz que sea reconocible y que se aproxime a los valores humanos. Internet ha trastocado la clásica formulación de emisor-mensaje-receptor presente en comunicación publicitaria. Ahora los emisores son millones, los canales son gratuitos, cualquier mensaje puede ser contestado e incluso la propia campaña puede ser parodiada, modificada y subvertida. El consumidor tiene el control y, por consiguiente, las personas se han convertido en medios, lo que modifica el modelo comunicativo clásico.

No se trata sólo de la teoría de la recepción, en el sentido de cómo responden los consumidores y le dan significado a cualquier comunicación, sino que el significado es transformado por el receptor. Los consumidores no están aislados: hablan, comparten, se comunican, contagian pensamientos e ideas. Las respuestas individuales no bastan, hay que abrir el foco a una perspectiva más amplia incluyendo su contexto social. No se trata de lo que la publicidad hace con los consumidores, sino de lo que los consumidores hacen con la publicidad. El proceso es mucho más dinámico y, por tanto, la investigación puede aportar mucha más información sobre la posible eficacia de la

campaña analizando en qué medida la audiencia (y no un consumidor en concreto) a partir de una propuesta muestra interés por aportar contenidos, por compartirlos, y qué nivel de satisfacción y de agrado les genera la interacción con esa plataforma.

Los consumidores han elevado sus expectativas respecto a la creatividad, e incluso se convierten en generadores de ellas. Pero no sólo la creatividad es importante, el consumidor empieza a emitir juicio de valor sobre las campañas y la responsabilidad social que las marcas tienen ante la sociedad. Consumidores digitalmente multiconectados y con motivación para compartir información, que es además recibida con mayor confianza que cualquier otra fuente. El monólogo que durante tanto tiempo ha mantenido la comunicación comercial –y en el que se encuentran todavía tantas marcas– ha evolucionado y ahora es una conversación multibanda entre marcas y consumidores, consumidores y marcas y entre los propios consumidores. El impacto se sustituye por el contacto.

2. Eficacia Publicitaria: los Premios EFI

Los Premios a la Eficacia Publicitaria (EFI) organizados por la Asociación Española de Anunciantes (AEA) reconocen desde 1997 las mejores prácticas de la industria de la comunicación publicitaria. Los EFI nacieron con voluntad de responder a una necesidad común del sector publicitario, de un deseo de reconocer la contribución de la comunicación a la consecución de los objetivos empresariales del anunciante. Los EFI parten del objetivo del anunciante y del trabajo conjunto con la agencia en el desarrollo de una estrategia, una creatividad y una campaña, y llegan hasta la consecución y prueba de los resultados obtenidos. En todo el proceso, se detalla la estrategia, la idea a comunicar, la creación y realización de la campaña así como la planificación adecuada de los medios.

Los premios a la Eficacia constituyen, por tanto, una base de datos de gran valor que debe ser estudiada concienzudamente para extraer el mayor nivel de aprendizaje posible sobre las campañas de publicidad más eficaces. Son los únicos galardones en España que se centran en resultados conseguidos gracias a la acción de comunicación y sitúan la eficacia como auténtico fin de la actividad publicitaria, pero además, estos premios han ido destacando otros valores por parte de la comunicación comercial que cada vez más son tenidos en cuenta por los consumidores: el carácter social y de responsabilidad social de las marcas que empiezan a tener ante la sociedad actual.

2.1 Qué entendemos por eficacia

De acuerdo con la AEA (Asociación Española de Anunciantes), eficacia es la “Capacidad de un anuncio para cumplir su cometido. En su resultado pueden influir tanto aspectos relacionados con creatividad como con medios”. Otra definición que aparece en la guía de publicidad de la Asociación Española de Anunciantes es “el efecto que la publicidad tiene sobre las ventas o sobre el comportamiento del consumidor. Los objetivos de publicidad no siempre están definidos en términos de ventas, sino que están determinados por otras variables que indirectamente tienen una estrecha relación con las ventas”. Si nos atenemos a la Real Academia Española, la eficacia es la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

En las bases de los Premios Eficacia, a la hora de establecer los criterios de evaluación de la eficacia, se citan como parámetros:

- Retorno. El nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación.
- Demostración. La irreductibilidad con la que el caso prueba el efecto conseguido por la comunicación en el negocio del cliente.
- Dificultad. El grado de dificultad que la acción de comunicación debe resolver (competitividad del mercado, madurez del producto, indiferenciación...).
- Innovación. El grado de innovación que supone la solución aportada, y muy especialmente las nuevas ideas creativas, ya sea en el diseño, ejecución o sensibilidad; o en el desarrollo de nuevas formas de comunicación o en la combinación entre las ya existentes.
- Uso de los medios. La explicación de los medios de comunicación empleados (convencionales o no), así como la demostración de los efectos que su uso tuvo en la comunicación.
- Herramientas de medición. La calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

Es interesante cómo en los Premios Eficacia a nivel de filosofía se entiende que diferenciación e innovación (donde evidentemente entra la creatividad) correlaciona con eficacia, al tiempo que apuntan a la necesidad de aislar resultados correctamente de otras variables que hayan podido incidir. También resulta un elemento a destacar que

los efectos son valorados en términos de retorno de una forma amplia, sin ceñirse únicamente a ventas, lo que abre la puerta a medidas intermedias (actitudinales, *brand equity*...) y de aspecto social. Eficacia es por tanto establecer una métrica y comprobar/demostrar hasta donde ha llegado un mensaje publicitario, ya no sólo desde el punto de vista económico del retorno de la inversión, sino del alcance y de la repercusión social que ha tenido.

La buena publicidad tiene un efecto halo, y genera simpatía y admiración en un grupo mucho mayor de los compradores potenciales. Paradójicamente, esos sentimientos positivos de no consumidores, sirven de palanca para en muchas ocasiones facilitar una decisión de compra, porque la ratifican socialmente como acertada. La publicidad eficaz es aquella que tiene significado personal, es culturalmente relevante y crea un sentimiento de agrado y afecto positivo, incluso para aquellos que no van a comprar la marca. Hoy vivimos un momento en que este efecto halo lo podemos multiplicar, porque hoy los consumidores pueden establecer más conversaciones que nunca. Un hecho que debería cambiar la forma de comunicar.

Según Pablo Vázquez, existen tres aspectos que las marcas deben tener en cuenta para ser eficaces:

- Entretención. Ideas y contenidos que hacen disfrutar al consumidor, con los que interactúa y que quiere compartir.
- Sociabilidad. Porque son estrategias que generan comunidades de marca, que no es *spam* y que conectan personas con marcas y personas con personas.
- Generosidad. Las marcas tienen que pensar desde lo que puede interesar al consumidor y tienen que ceder parte del control.

No sólo hay campañas eficaces. Hay marcas eficaces. Marcas que se desarrollan para entender y responder mejor al consumidor. Marcas que se convierten en sentimientos positivos con los que el consumidor reacciona favorablemente a sus comunicaciones. Es aquí donde encontramos que la eficacia resulta fundamental para la publicidad a la hora de comunicar un discurso que sea capaz de generar concienciación social y permitir cambios en la sociedad.

3. Análisis de una campaña eficaz y socialmente responsable. Metodología, muestra y resultados de Intermón Oxfam

Hemos escogido la campaña de comunicación de la marca Intermón Oxfam creada por la agencia *Kitchen* porque resultó ganadora con el Premio máximo dentro de la categoría Especial de los EFI denominada Responsabilidad Social del año 2014. Constituye, por tanto, un ejemplo de campaña más eficaz y actual dentro de la comunicación comercial con objetivos de concienciación social.

La metodología que vamos a llevar a cabo es la misma que establecen los Premios EFI y se puede estructurar en tres partes: una primera parte que establece un resumen y una contextualización de la campaña; una segunda donde se hará hincapié en el análisis de la estrategia llevada a cabo por la agencia de publicidad, en los objetivos que pretendían conseguir y en las principales acciones desarrolladas; una tercera parte centrada en los resultados obtenidos y el nivel de eficacia publicitaria que mediante esta campaña se ha obtenido entre la población. Toda la información del análisis de la campaña ha sido aportada por la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y los Premios EFI.

3.1 Contextualización de la campaña

El café es la segunda mercancía más comercializada en el mundo, tras el petróleo. Cada año se beben más de 400 millones de tazas de café. Se estima que más de 125 millones de personas viven de su cultivo, de los cuales 25 millones son pequeños productores en más de 50 países en el mundo. A pesar de la expansión de este mercado, las familias productoras luchan para sobrevivir. La diferencia principal entre el sistema de comercio justo y el convencional radica en el precio que reciben los campesinos por su producción. Los agricultores que venden su cosecha a través del comercio justo reciben un precio por su café que les permite una vida más digna (Intermón Oxfam). Para ello, es necesario concienciar al consumidor de la importancia que tiene su colaboración mediante la compra de productos de comercio justo, pues si llenan su cesta de la compra con este tipo de productos, colaboran en ayudar a la vida de otras personas.

La agencia de publicidad *Kitchen*, estableció un eje de campaña centrado en la idea de resaltar que el café normal ayuda a despertar, pero el café de comercio justo de la marca Intermón Oxfam ayuda a despertar conciencias y, sobre todo, ayuda a las

personas a dormir mejor ya que permite cambiar las injustas reglas del comercio internacional, mejorar las condiciones de vida de muchas familias de agricultores y colaborar así en la erradicación de la pobreza y desigualdad. Yeray Cerpa, director de arte y creativo de *Kitchen*, explicaba que con “el primer café que te ayuda a dormir mejor” pretendían llamar la atención sobre las ventajas de esta alternativa al comercio tradicional y sensibilizar en la compra de este tipo de productos. Esta campaña logró, en definitiva, el compromiso sólido de buena parte de la sociedad que gracias a este mensaje publicitario pudo comprender mejor que con un gesto tan sencillo y cotidiano como elegir un café, pueden ayudar a cambiar el mundo.

3.2 Estrategia, objetivos y acciones de la campaña

En los últimos años, la saturación de mensajes relacionados con la captación de fondos para acciones de contenido social, medioambiental o humanitario en los medios de comunicación, ha ido en aumento. Las ONG, en consecuencia, se encuentran con un entorno cada vez más competitivo y en el que diferenciarse del resto es cada vez más difícil. Los recursos públicos destinados a estas organizaciones han experimentado una merma considerable. La agresiva política de precios desatada por la crisis también ha perjudicado muchos a las tiendas de productos de comercio justo, cuyas ventas han caído un 29%.

Los principales objetivos que perseguía la agencia con esta campaña era:

- Hacer llegar el café de comercio justo a nuevos públicos a través del perfil “Soy activista” de la ONG en Facebook, generando el mayor número de fans posible y aumentando el número de seguidores en Twitter.
- Impactar con una acción llamativa que permitiera obtener repercusión mediática y social entre la población española
- Aumentar en un 20% las ventas de café Intermón Oxfam de comercio justo.

Para comunicar el concepto “El primer café que te ayuda a dormir mejor”, la agencia preparó un *spot* en el que se muestra a los actores desde un plano cenital durmiendo plácidamente mientras se informa al espectador del número de cafés que se han tomado. El bloguero Mikel López Iturriaga y los actores Ana Morgade, Melanie Olivares y Álex Gadea fueron los rostros elegidos por la agencia para concienciar a los ciudadanos de la importancia del comercio justo a través de un anuncio que acumuló más de 245.000 reproducciones en el canal de Youtube “Soy activista” de Intermón

Oxfam, convirtiéndose en el *spot* de una ONG española más visto en 2014. La campaña tuvo además un alto componente viral al invitar a los usuarios de Facebook a bajarse la aplicación para “poner a dormir su perfil” y mostrar de esta forma su solidaridad con el comercio justo. En esta red social, la base de fans de Intermón Oxfam se incrementó en más de un 80%, mientras que las descargas de la aplicación superaron las 400 en las dos semanas que duró la campaña. La actividad en Twitter también fue destacada, con un aumento de seguidores superior al 30%. Todas estas acciones se complementaron con catas en empresas dirigidas por el barista internacional y campeón nacional de cata de café de 2012, Kim Ossenblock, así como otras activaciones en el punto de venta (pruebas de producto en las tiendas de Oxfam de toda España y espacios de *coworking*) que lograron un alza de las ventas superior al 30% el primer día de campaña.

Imagen 1. Pieza gráfica de la campaña



Fuente: <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/campanas-educacion/noticia/cafe-que-te-ayuda-dormir-mejor>.

3.3 Resultados obtenidos y nivel de eficacia alcanzado

Durante la campaña el número de fans en Facebook de la ONG incrementó en más de un 80%. En Twitter, los seguidores aumentaron en un 35% y el impacto del *hashtag* “café para dormir” se estimó en 4 816 771. En total, el alcance estimado fue de 1 854 405 y se registraron más de 1500 tuits y retuits en conversaciones. Además, entre el 12 y el 25 de febrero de 2014 más de 400 personas se descargaron la aplicación de la campaña. El día del lanzamiento de la campaña, las ventas del café de comercio justo en la red de tiendas de Intermón Oxfam se incrementaron en un 30%. La

participación de personajes famosos en el anuncio y la difusión que éstos hicieron de la campaña en las redes sociales, provocaron una expansión del mensaje sin necesidad de incrementar costes. La repercusión en medios fue alta: más de cincuenta soportes tradicionales se hicieron eco de la noticia, además, la cata de café realizada en la redacción de Enfemenino.com y la publicación del evento en su portal permitió difundir la noticia entre sus 11 200 000 usuarios.

Conclusiones

Además de los medios pagados (*paid media*), hoy en día las campañas de publicidad deben buscar también los medios ganados (*earned media*) a través de la difusión que se puede conseguir a través de los propios medios y a través de los propios consumidores. Las TIC han generado un cambio en la comunicación publicitaria. De hecho, el gran cambio es que el mensaje se convierte en contenido, contenido que será disfrutado y compartido por los consumidores. Y para conseguirlo, se precisa una forma de trabajar distinta en la que hay que renunciar a la parte más informativa del mensaje para dejar espacio a que el consumidor se interese de una manera natural. Los beneficios son de enorme importancia ya que bien gestionados se puede conseguir que nuestros contenidos consigan una amplísima repercusión, de forma gratuita y con una afinidad mucho mayor con el target.

La comunicación necesita más que nunca utilizar la C de colaboración, con la C de co-creación, con la C de contenido para conseguir un mayor *engagement* que permita incrementar el grado de vinculación y afinidad emocional con las marcas. Los contenidos en el mensaje publicitario, si quieren ser eficaces, deben generar interés mediático, deben invitar a la participación del consumidor, generar movilización y para que el usuario pase a la acción desde la emoción.

Las estrategias de comunicación basadas en modelos emocionales tienden a generar mejores resultados de negocio que los modelos racionales, con un impacto mayor en ventas, cuota de mercado, margen, penetración, lealtad, sensibilidad al precio y, sobre todo, en concienciación social.

Es por ello que la publicidad con valor social cobra un mayor protagonismo dentro de estos cambios en el mensaje y, por tanto, debe aprovechar este momento de cambio de estrategias publicitarias para potenciar más el discurso social y el poder de concienciación social que la publicidad tiene. Pero no sólo debemos prestar atención a

campañas aisladas con éxito, sino que este tipo de campañas deben medir también la continuidad de movimiento social que provoca. Necesitan, por consiguiente, otro aspecto de valoración a la hora de medir la eficacia de sus mensajes publicitarios e incluir más aspectos sociales y de continuación de los valores que promueven.

El discurso publicitario de concienciación social se ve reflejado en numerosas campañas que se centran en resaltar valores de responsabilidad social de marca, pero hoy en día, las marcas deben humanizarse y trabajar a largo plazo en *pro* de potenciar y mejorar con sus mensajes la sociedad en la que vivimos para conseguir entre todos, un mundo más justo.

Bibliografía

- Ariely, D. (2008). *Las trampas del deseo*. Barcelona: Ariel.
- Asociación Española de Anunciantes (2014). *La comunicación que funciona. Los casos ganadores de la XVI edición de los Premios a la Eficacia en la comunicación comercial*. Madrid: Grupo Consultores.
- Brujo, G. (2008). *La nueva generación de valor*. Madrid: Lid Editorial Empresarial.
- Calvo, M. y Rojas, C. (2009). *Networking, uso práctico de las redes sociales*. Madrid: ESIC.
- Campos, F. (2010). *El cambio mediático*. Zamora: Comunicación Social.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago de Chile: Colección Libros de Empresa.
- Charlene, L. y Bernoff, J. (2009). *El mundo Grounswell: cómo aprovechar los movimientos sociales espontáneos de la Red*. Barcelona: Empresa Activa.
- Gil, V. y Romero, F. (2008). *Crossuser, claves para entender al consumidor español de nueva generación*. Barcelona: Gestión 2000.
- Grant, J. (2006). *Brand marketing manifiesto: How to build brands, redefine markets and defy convention*. Londres: Wiley.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios: eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria Editorial.
- Ollé, R. y Rius, D. (2009). *El nuevo brand management. Cómo plantar marcas para hacer crecer negocios*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Rick, L., Locke, C., Searls, D. y Weinberger, D. (2000). *The Cluetrain Manifiesto: the end of business as usual*. Cambridge: Perseus Books.
- Rosales, P. (2010). *Estrategia digital: Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia*. Barcelona: Deusto.
- Sánchez, C. (coord.) (2011). *Planificación estratégica. La relevancia del consumidor en comunicación comercial analizada por los planners*. Madrid: Editorial Universitas.

Agradecimientos

A la Asociación Española de Anunciantes y a la organización de los Premios EFI por la aportación de la información de la campaña ganadora que ha sido analizada en este trabajo.

Biografía

Cristina González Oñate es doctora en Comunicación Empresarial e Institucional (febrero de 2007); licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (junio de 2003); licenciada en Comunicación Audiovisual (junio de 2007) y Master en Dirección Estratégica en Comunicación (junio de 2005) por la Universitat Jaume I. Ha dedicado buena parte de su trabajo en la investigación de la continuidad televisiva y la gestión de marcas audiovisuales desde la concepción de la publicidad en el medio televisivo. A su vez, también se dedica a investigar sobre publicidad digital y, en concreto, sobre las marcas en los Social Media y la gestión de intangibles de las marcas territorio. En la actualidad es profesora Contratada Doctora de la asignatura de Estrategias de Comunicación en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Grado de Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual de la Universitat Jaume I mientras colabora en diversos proyectos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad. También imparte docencia en el Master de Nuevas tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación desde el año 2007. Correo electrónico: onate@uji.es.

El consumo ético-político: una reflexión en torno a un concepto ampliado de participación ciudadana desde la teoría de los movimientos sociales

The ethical-political consumption: a reflection on a broad concept of citizen participation from a social movements' theory

Ramón A. Feenstra, Universitat Jaume I de Castellón

Resumen

La dimensión ética y política del consumo constituye una preocupación creciente para la ciudadanía que reflexiona sobre su responsabilidad así como sobre su poder como consumidores. En tiempos de restricciones y de penurias económicas los datos muestran, paradójicamente, un incremento considerable en el balance económico de las empresas que velan por el respeto social y medioambiental en sus procesos de producción. Un proceso asociado con la emergencia de lo que se conoce como consumidores políticos. Los estudios empíricos sobre consumo apuntan a la consolidación de un modelo de consumidor que entiende que tras las decisiones de compra existen implicaciones sociales y políticas y que, además, se expresa mediante diferentes vías: *buycott*, boicot, monitorización, etc. En esta comunicación se pretende reflexionar sobre el concepto de participación ciudadana atendiendo al potencial que acompaña al consumo responsable.

Palabras clave

Consumo político; participación; democracia; movimientos sociales.

Abstract

*The ethical and political dimension of consumption is a growing concern for citizens who reflect on their responsibility as well as their power as consumers. In times of economic crisis the data show, paradoxically, a considerable increase in the economic balance of the ethical companies. A process associated with the emergence of what is known as political consumers. Empirical studies of consumption point to the consolidation of a consumer model who understands that there are social and political implications after purchasing decisions. Moreover, this model of citizenship is expressed in different ways: *buycott*, boycott, monitoring, etc. In this paper we reflect on the concept of citizen participation, observing the potential that accompanies responsible consumption models.*

Keywords

Political consumption; participation; democracy; social movements.

Introducción

El consumo tiene una presencia preponderante en nuestras sociedades. Tanto es así que se suele asociar al individuo de la sociedad contemporánea con la figura del *homo consumens*, atribuyendo como elemento diferenciador y definidor de la esencia del ser humano su predilección por consumir de forma abundante y ostentosa

(Lipovetsky, 2007). La aceptación acrítica sobre la deseabilidad de promover modelos ostentosos de consumo ha sido la regla y ha contado generalmente con una escasa presencia en el pensamiento crítico (Cortina, 2002). El posicionamiento acrítico parece, sin embargo, estar frente a un cambio de tendencia tal y como muestra el auge de la reflexión y del estudio en torno al consumo político. Un terreno que centrará la atención de la presente comunicación.

1. El consumo político: terreno emergente en la teoría política

La reflexión crítica sobre el consumo ha irrumpido con fuerza desde inicios del 2000 en el ámbito de la ciencia política, especialmente en los países escandinavos donde la propia ciudadanía empezaba a poner en práctica y demandar modelos de consumo responsable (Novo Vázquez, 2014). Entre los diferentes autores que abarcaron el tema destacan algunos como Micheletti o Berlin quienes ahondan en el significado y repercusión de lo que se denomina como consumo político.

El consumo político se define como un conjunto de acciones emprendidas por la ciudadanía que escoge entre productos y servicios sobre unos criterios políticos, sociales y éticos. Las decisiones dentro del mercado, y por tanto la adquisición de productos o servicios, se fundamentan sobre las políticas de producción y no sobre la simple consideración material de un producto basada en la relación calidad-precio (Micheletti, 2010). La equidad, la justicia y el respeto medioambiental de las prácticas empresariales son el foco de atención de este tipo de consumidores (Llopis-Goig, 2011; Feenstra, 2014).

Los consumidores políticos entienden que detrás de las decisiones de compra se dan una serie de consecuencias que trascienden al ámbito de lo meramente privado. Detrás de las decisiones de compra existen implicaciones sociales y políticas y de ahí la urgencia de valorar el peso que adquiere un acto, en principio tan aparentemente vulgar, como comprar. Por ello, los consumidores políticos reivindican la necesidad de pensar políticamente sobre aquello considerado hasta la fecha como algo privado. Aquellos que ponen en práctica este tipo de consumo consideran que el mercado pertenece también al ámbito de lo político en tanto que las decisiones privadas acarrear consecuencias públicas. Es decir, se cuestiona la estricta división entre las esferas de la economía y la política (García Marzá, 2013; Conill Sancho, 2004). La compra y el consumo de productos provocan toda una serie de rastros ecológicos, públicos y sociales que no

pueden ser obviados, ni aparcados en el terreno de “lo privado”. Se postula, en definitiva, por una “ciudadanización del consumo” donde emerge un consumidor-ciudadano entendido como “canal para vehicular su agenda de valores y su intención de influenciar los resultados de alcance colectivo” (Echegaray, 2010: 388).

Sobre estos preceptos teóricos, el consumo político se consolida como una herramienta a través de la cual la ciudadanía puede, de forma individual o colectiva, presionar para la consecución de cambios tanto en las prácticas de consumo como en las políticas de producción de las empresas. De hecho, los teóricos diferencian principalmente cuatro formas de consumo político dirigidos a la consecución de dicho objetivo:

- 1) El consumo positivo, o *buycott*, basado en la promoción de ciertos productos que satisfacen una serie de criterios éticos.
- 2) El consumo negativo, o boicot, basado en el rechazo consciente a la compra o adquisición de ciertos productos o servicios como respuesta a su mala política de producción.
- 3) Las acciones de difusión, consistentes en la elaboración de informes o talleres donde se informa al público sobre políticas corporativas específicas.
- 4) La adopción de estilos de vida sostenibles, donde se adquiere un compromiso íntegro en su modelo privado de vida (Micheletti y Stolle, 2012; Micheletti, Stolle y Berlin, 2012).

Estamos, en definitiva, ante diversas formas de practicar el consumo político que buscan utilizar su poder como consumidores para hacer frente a preocupaciones tales como el cambio climático o los derechos humanos. Pero, ¿cómo podemos entender el consumo político si lo miramos desde la teoría de los movimientos sociales? ¿Estamos ante una nueva modalidad de participación? ¿Qué motivaciones pueden estar detrás del creciente peso de este tipo de acciones en una era marcada por la desafección hacia las estructuras representativas?

2. El consumo político: una mirada desde la teoría de los movimientos sociales y las lógicas de participación política

El concepto de participación política ha estado generalmente asociado de manera directa y, casi exclusivamente, con las estructuras representativas. Este es el caso sobre

todo de la ciencia política cuyo posicionamiento clásico restringe la participación a aquellas medidas que la ciudadanía toma para influir en la selección de personas de gobierno o en las decisiones que estas personas toman (Verba y Nie, 1972). De ahí, la equiparación de la participación política con actos tales como votar, manifestarse, afiliarse a partidos o contactar con políticos. Sin embargo, hay otras posturas que defienden la necesidad de valorar un concepto de participación más amplio que integre acciones políticas que se expresen en espacios de la sociedad civil y cuyo objetivo no sea exclusivamente influir sobre las estructuras gubernamentales o representativas (Berlin, 2011). De hecho, la teoría de los movimientos sociales y, más específicamente, la diferenciación respecto a las diversas lógicas (vertical/horizontal) de acción colectiva, es una aproximación interesante que nos permite abordar la reflexión en torno al concepto de participación política.

La distinción entre las lógicas políticas “verticales” y “horizontales” es un eje teórico familiar para académicos de los movimientos sociales a la hora de reflexionar sobre iniciativas políticas heterogéneas que podrían compartir un objetivo común (la transformación social), pero que no están de acuerdo sobre los puntos de vista de cómo este objetivo se puede (y debe) lograr (Robinson, y Tormey, 2007; Flesher Fominaya, 2014). Dos posicionamientos que divergen especialmente en su definición de las formas ideales de participación política.

Por un lado, los enfoques que apuestan por la lógica vertical están imbuidos por la idea de construir partidos y “tomar” el poder político. Este posicionamiento apuesta por desarrollar un programa, que defina los objetivos del partido y le permita aspirar a ganar partidarios con la finalidad de lograr apoyo social suficiente con el cual transformar la realidad desde las estructuras de poder. El objetivo es, por tanto, capturar el poder con el objetivo de establecer su visión y modelo de sociedad y de política desde arriba. Esta lógica vertical de practicar la política tiene una imagen del poder “como un recurso macrosocial que uno puede poseer” (Robinson, y Tormey, 2007: 128). Hay, por lo tanto, un centro de poder que puede ser ocupado y que, una vez conquistado, ofrece a su titular la posibilidad de moldear la sociedad según los principios que defiende. Intrínsecamente a esta perspectiva se puede considerar que no hay camino “afuera” de la representación y de la política representativa. Toda política presenta cierto nivel de representación y cuanto antes abrace la sociedad civil dicha concepción antes logran una oposición efectiva ante las élites políticas y económicas. Dentro del grupo de los

teóricos que defienden este tipo de participación podemos incluir, entre otros, a Žižek (2010).

Por otro lado, las lógicas de carácter horizontal se definen por ser una apuesta por la generación de espacios alternativos en los cuales poder interactuar en beneficio mutuo. Los que defienden las lógicas horizontales tratan de socavar la hegemonía de las fuerzas políticas existentes, apostando por nuevos y alternativos tipos de relaciones sociales, económicas y políticas. Esto implica que busca promover “un activismo rizomático, donde las redes pueden unirse, desarrollarse, multiplicarse y volver a multiplicarse” (Robinson, y Tormey, 2005: 213). Para estos posicionamientos no hay necesidad de elaborar un programa y un partido político. Lo que necesita son zonas de encuentro, de aprendizaje compartido, de solidaridad y, en definitiva, de redes de apoyo capaces de movilizarse conjuntamente y de ejercer presión sobre las lógicas del sistema. Estas relaciones se basan en formas de interacción que se resisten a la jerarquía, a la organización formal y a la burocracia. Es la generalización de las prácticas alternativas la que conducirá a la transformación política (Tormey, 2015). Dentro de este marco teórico, encontramos autores como Holloway (2002).

La reflexión en torno al consumo político como forma (potencial) de participación ciudadana exige contrastarlo con este eje teórico de formas de acción colectiva. Y es que cabe recordar, en este sentido, la crítica que esbozan los teóricos del consumo político a la separación tajante entre las decisiones individuales privadas del mercado con aquello de interés, o efecto, público. El consumo político se plantea desde una concepción amplia de ciudadanía definida por unas prácticas complejas que abarca “una serie de relaciones de naturaleza vertical (individuo-gobierno) y horizontal (individuo-individuo)” (Micheletti, Stolle, y Berlin, 2012: 143-144). En esta línea, los defensores del consumo político o ético están reclamando, por un lado, la ampliación de los espacios participativos –es decir, no reducido solamente a las estructuras representativas– y, por otro lado, el reconocimiento de nuevas dinámicas participativas dentro de la vida democrática. Esta demanda en favor de una comprensión más amplia y compleja de la ciudadanía –y, por consiguiente, de las responsabilidades y capacidades de participación que la acompañan– está asociada a su vez a los cambios acompañados con el proceso de globalización. El Estado –en su configuración actual de Estadonación– es visto como un actor que no puede dar respuesta por sí solo a problemáticas tales como la contaminación o el desmesurado poder de las transnacionales (González Esteban, 2013), hecho que empuja a la ciudadanía a preguntarse por las herramientas a

su abasto para hacerles frente. De la misma forma que el voto puede valer para reconocer –o castigar– a los buenos –o malos– gobernantes, la compra –o ausencia de la misma– de productos lleva a reconocer –o sancionar– a las empresas como actores de justicia o de injusticia. Los teóricos del consumo político depositan sobre la ciudadanía la responsabilidad pública ante sus procesos de consumo, buscando una ampliación de la noción de ciudadanía que permita promover modos de producción y estilos de vidas sostenibles en un contexto global.

Esta reivindicación se plantea, a su vez, en un contexto generalizado de clara desafección hacia estructuras representativas y hacia las formas de participación que le acompañan: votar, afiliarse a partidos, donar dinero en campañas, etc. (Alonso, 2014). Una tendencia que lleva a explorar nuevas vías y dinámicas de participación que no solo se adentran en la lógica de participación vertical, sino también en espacios alternativos y propios de la sociedad civil (Ordóñez, 2014; Donati y Calvo, 2014). Un aspecto interesante que se extrae de los estudios empíricos desarrollados en torno al consumo ético-político de autores como Berlin y Micheletti estriba precisamente en comprobar la pluralidad de formas de participación que se consolidan. Hecho que procede de una comprensión amplia de ciudadanía (y de participación) que reconoce el valor de las relaciones verticales (ciudadanía-instituciones representativas) y de las horizontales (ciudadanía-ciudadanía).

Esta tendencia puede asociarse con los análisis realizados en torno a las diferentes formas de participación promovidas en España a raíz del 15M. Un movimiento de protesta que auspició múltiples formas de expresión política vinculadas tanto a la lógica colectiva vertical como horizontal. No fue extraño, en ese contexto de movilización y protesta, la reivindicación de reformas en la estructura representativa a favor de una ley electoral proporcional, de la apertura de las estructuras de partidos a la ciudadanía, de la separación real de los poderes, etc. (Feenstra y Casero-Ripollés, 2012). Sin embargo, este tipo de reivindicaciones estuvieron acompañadas por otras que se centraban en las estructuras económicas y empresariales. Las políticas de despido de grandes empresas, el rescate a la banca o los modelos de producción fueron cuestionados en asambleas, en talleres sobre consumo, en seminarios sobre banca ética y en diferentes acciones que buscaban promover la conciencia de la ciudadanía no solo como votante sino también como consumidora. Los que participaban de las protestas de forma activa miraban no solo hacia aquellos que ostentan el poder político sino que empezaron a cuestionar también dónde tenían depositado su dinero, qué se hacía con sus ahorros, qué tipo de

políticas de empresa tenía la compañía telefónica con la que tenía contratado su móvil o cuáles eran las políticas medioambientales de las grandes empresas energéticas españolas. La ciudadanía y miembros de la sociedad civil se han empezado a preguntar, en definitiva, su responsabilidad y su capacidad como consumidores políticos y ello queda refrendado con el lento pero paulatino ascenso del consumo responsable que se está produciendo en España.

Conclusiones

La consolidación del consumo político hace replantearse el significado de lo que hasta la fecha autores como Crouch consideraban síntomas de privatización y despolitización de los individuos (2004). El descenso en el número de votantes durante citas electorales o en el número de afiliados a partidos políticos tradicionales era concebido como un evidente desinterés en la política. Este tipo de interpretaciones tienen su razón de ser por su interpretación reducida del significado de participación política; asociada exclusivamente a una parte reducida (voto y afiliación) dentro de la lógica participativa vertical (ciudadanía-instituciones representativas). Sin embargo, los estudios empíricos, así como las reflexiones, en torno al consumo político muestran la consolidación de formas de acción que reconocen la responsabilidad individual en múltiples esferas, tanto sociales como políticas. El hecho de que parte de la población empieza a asumir dicha responsabilidad en ámbitos como el consumo se explica, precisamente, por su comprensión del ámbito del consumo político como un espacio desde el cual ejercer influencia en las políticas de producción de empresas o fabricantes.

Bibliografía

- Berlin, D. (2011). Sustainable Consumers and the State: Exploring How Citizens' Trust and Distrust in Institutions Spur Political Consumption. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 13(3), 277-295.
- Conill Sancho, J. (2004). *Horizontes de economía ética. Aristóteles, Adam Smith, Amartya Sen*, Madrid: Tecnos.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid: Taurus.
- Crouch, C. (2004). *Post-democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Donati, P. y Calvo, P. (2014). New Insights into Relational Goods. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 14, 7-17.
- Echegaray, F. (2010). ¿Hacia la politización del consumo en Brasil? Repensando el consumo ético desde la cultura política. *Ambiente & Sociedade*, 2, 383-400.
- Feenstra, R. (2014). *Ética de la publicidad. Retos en la era digital*. Madrid: Dykinson.
- Feenstra, R. y Casero-Ripollés, A. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso 15-M. *Comunicación y*

- hombre. Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 8, 129-140.
- Flesher Fominaya, C. (2014). *Social Movements and Globalizations. How Portest, Occupations and Uprising are Changing the World*. Nueva York: Palgrave.
- García Marzá, D. (2013). Democracia de doble vía: el no-lugar de la empresa en la sociedad civil. *Revista del Clad. Reforma y Democracia*, 57, 67-92.
- González Esteban, E. (2013). Ética crítica para un mundo complejo. En González Esteban, E. (ed.) *Ética y Gobernanza: un cosmopolitismo para el siglo XXI*. Granada: Comares.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.
- Llopis-Goig R. (2011). Consumo político y cosmopolitismo. Un estudio de participación política postconvencional. *Reis*, 135, 89-106.
- Micheletti, M. y Stolle, D. (2012). Sustainable Citizenship and the New Politics of Consumption, *ANNALS, AAPSS*, 644, 88-119.
- Micheletti, M., Stolle, D. y Berlin, D. (2012). Habits of Sustainable Citizenship: The Example of Political Consumerism. *HELDA, The Digital Repository of University of Helsinki*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10138/34228>.
- Micheletti, M. (2010). *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism, and Collective Action*. Nueva York: Palgrave.
- Novo Vázquez, A. (2014). Consumocracia. El consumo político como forma de participación de la ciudadanía. *Política y Sociedad*, 51, 121-146.
- Ordoñez, V. (2014). Economía, valores y democracia. Diálogo con Christian Felber. *Recerca. Revista de pensament i anàlisi*, 15, 153-161.
- Robinson, A. y Tormey, S. (2005). Horizontals, Verticals and the Conflicting Logics of Transformative Politics. En Hayden, P. y el-Ojeili, C. (coord.) *Confronting Globalization* (pp. 209-226). Nueva York: Palgrave.
- Robinson, A. y Tormey, S. (2007). Beyond Representation? A Rejoinder. *Parliamentary Affairs*, 60(1), 127-137.
- Tormey, S. (2015). *The end of Representative Politics*. Polity: Cambridge.

Biografía

Ramón A. Feenstra es profesor del Departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I de Castelló. Se licenció en Publicidad y Relaciones Públicas en 2005 en la misma universidad y en 2013 se ha licenciado en Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). En 2010 se doctoró en Filosofía Moral en la Universitat Jaume I de Castelló obteniendo el premio extraordinario de doctorado. Es autor del libro *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática* (Icaria, 2012) y del libro *Ética de la publicidad. Retos en la era digital* (Dykinson, 2014). Sus temas de interés incluyen ética de la comunicación, democracia, participación ciudadana y movimientos sociales. Correo electrónico: feenstra@uji.es.

Comunicación inclusiva y nueva publicidad: de la reflexión a la praxis

Inclusive communication and new advertising: from reflection to practice

María Cruz Alvarado López, Campus María Zambrano de Segovia.

Universidad de Valladolid

Rocío Collado Alonso, Campus María Zambrano de Segovia.

Universidad de Valladolid

Susana de Andrés del Campo, Campus María Zambrano de Segovia.

Universidad de Valladolid

Resumen

El sistema de la comunicación (y en especial el publicitario) ha generado uno de los principales procesos de globalización, con implicaciones radicales tanto en el ámbito simbólico como material. Este proceso ha sido connivente con el del capitalismo y un modelo insostenible de crecimiento y expansión comercial. Si bien este proceso continúa, en las últimas décadas se suceden las orientaciones sociales que abren perspectivas de una comunicación menos devastadora o incluso, promotora de derechos sociales y divulgadora de representaciones igualitarias.

Se pretende así dar un paso más en la propuesta de modelización para la planificación de acciones de comunicación publicitaria social e inclusiva, realizada en el trabajo publicado en 2013 *La publicidad social responsable al servicio de la comunicación inclusiva*. Entonces, partíamos del análisis de un caso, la experiencia de investigación-acción-creación llevada a cabo durante cursos sucesivos en el ámbito de la publicidad para la inclusión social de las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo (2006-2012), para esbozar los conceptos y procesos imprescindibles en el papel que, dentro del marco de la comunicación con fines sociales, debe asumir la publicidad con independencia de los objetivos que asuma y de la eficacia que persiga en favor de diversas causas y emisores. Consideramos ahora necesario tratar de dar un paso más en un doble sentido: por un lado, el mayor desarrollo de las claves de ese modelo de nueva publicidad; y, por otro, la aproximación a la práctica publicitaria actual, a través del análisis de una selección de acciones publicitarias realizadas en los últimos años.

Este trabajo pretende ubicar el concepto de comunicación inclusiva en el marco, polémico pero revelador, de los conceptos de comunicación para el desarrollo, comunicación comunitaria, comunicación para el cambio social o comunicación con fines sociales; etiquetas todas ellas que conviven a día de hoy con sus matices diferenciales, que en algún caso afectan de forma directa al papel de la publicidad en este contexto cada día más demandado. Se plantean aquí las implicaciones del concepto de comunicación inclusiva, aportando ejemplos en el particular ámbito de la comunicación publicitaria social de producción occidental.

El estudio se desarrolla con una metodología de mapas conceptuales para realizar un aporte teórico y esclarecer estos conceptos y reconocerlos en la praxis comunicativa. Los resultados muestran las relaciones de proximidad y oposiciones conceptuales entre los términos establecidos como ejes horizontal-vertical (comercial-social y privado-público) en los que debe situarse la praxis comunicacional y específicamente publicitaria para caminar hacia un modelo de publicidad más responsable e inclusivo. Algo que consideramos urgente como objeto de reflexión tanto desde dentro del propio sistema publicitario (profesionales en él ubicados ya sea en las

organizaciones que actúan como emisores o en los mediadores) como desde el escenario de formación de los futuros profesionales del sector.

Palabras clave

Comunicación inclusiva; publicidad; comunicación con fines sociales; exclusión social.

Abstract

The communication system (and especially the advertising one) has generated one of the main processes of globalization, with radical implications in the symbolic and material dimension. This process has been colluding with capitalism and an unsustainable model of growth and business expansion. While this process continues, in recent decades there are social orientations, which open up prospects of a communication less devastating or even advocate for social rights and dissemination of equal representations.

This paper intends, thus, to go one step further in the proposal of modelling for planning social and inclusive advertising published in 2013 in La Publicidad social responsable al servicio de la Comunicación Inclusiva [Responsible social advertising serving Inclusive Communication]. Then, we started from the analysis of the experience of action-research-creation carried out during several years in the field of advertising for the social inclusion of persons with intellectual and development disabilities (2006-2012). The aim was to sketch the concepts and processes required in the role that advertising must assume within the framework of the communication with social purposes regardless of the goals and efficiency, which pursues on behalf of various causes and advertisers. We consider it necessary to try to go one step further in a double sense: on the one hand, the further development of the keys of this new advertising model; and, on the other hand, the approach to the current advertising practice, through the analysis of a selection of advertising campaigns carried out in recent years.

This work aims to locate the concept of inclusive communication in the frame of communication for development, community communication, communication for social change or social communication concepts; all tags live today with its differential nuances, which in some cases affect directly to the role of advertising in this context. Here, we intend to explore the implications of the concept of inclusive communication, providing examples in social advertising of Western production.

Keywords

Inclusive communication; social advertising; nonprofit advertising; social exclusion.

Agradecimientos

Gracias a todos los que participan activamente en el Máster en Comunicación con Fines Sociales que se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid en el Campus María Zambrano de Segovia; hacen posible, con su permanente espíritu crítico y su generosidad, que la reflexión sobre el vínculo entre comunicación y utopía se mantenga.

Biografía

Alvarado López, M^a Cruz. Doctora en Ciencias de la Información. Profesora de asignaturas como Lenguaje Publicitario en el grado en Publicidad y RR.PP., y del Máster en Comunicación con Fines Sociales en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Campus de Segovia. Tema principal de investigación: Publicidad social. Correo electrónico: macal@hmca.uva.es.

Collado Alonso, Rocío. Doctora en Ciencias de la Información. Profesora de asignaturas como Laboratorio de Diseño Gráfico y Gestión de Marca en el grado en Publicidad y RR.PP., y del Máster en Comunicación con Fines Sociales en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Campus de Segovia. Experta en cartel publicitario y diseño gráfico. Correo electrónico: rcollado@hmca.uva.es

De Andrés del Campo, Susana. Doctora en Ciencias de la Información. Profesora de asignaturas como Publicidad e Igualdad en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Campus de Segovia. Es miembro de la Cátedra de Estudios de género y codirige el Máster en Comunicación con Fines Sociales en la Universidad de Valladolid. Correo electrónico: delcampo@hmca.uva.es.

Ice Bucket Challenge, la campaña solidaria que se convirtió en fenómeno viral. El caso español

Ice Bucket Challenge, the solidarity campaign which became a viral phenomenon. The Spanish case

Paloma López Villafranca, Universidad de Málaga
Ruth Gómez de Travesedo, Universidad de Málaga

Resumen

Ice Bucket Challenge, o reto del cubo helado, surge como una campaña publicitaria solidaria que pretende dar a conocer una de las llamadas Enfermedades Raras, en este caso la ELA, Esclerosis Lateral Amiotrófica, enfermedad degenerativa que afecta a las neuronas motoras y con pronóstico mortal que padecen más de 3000 personas en España. Lo que comienza como una campaña en Boston, Estados Unidos, da la vuelta al mundo como fenómeno viral. Este reto, consistente en grabarse mientras te viertes un cubo de agua helada en la cabeza, ha obtenido más de mil millones de visualizaciones en Youtube y en él han participado personalidades de distintos ámbitos como el cofundador de Microsoft, Bill Gates, o la presentadora Oprah Winfrey.

Metodología: Realizamos un análisis de contenido en prensa digital de la información que se produce en torno a este fenómeno en los cinco diarios de mayor tirada, según OJD, la Oficina de Justificación de la Difusión en España, durante los meses de agosto y septiembre. Contrastamos si el seguimiento se corresponde con la recaudación obtenida en nuestro país, para lo que realizamos una entrevista a la presidenta de la Asociación Española de ELA (AdELA).

Resultados: Apreciamos que el fenómeno viral es mucho mayor que el objetivo de la causa, la concienciación y la recaudación para la investigación y explicamos a qué se debe este fenómeno.

Conclusiones: A pesar de que el reto del “Cubo hELAdo” consigue el impacto deseado y se recaudan fondos para la investigación, observamos que el fenómeno se queda en lo anecdótico y mediático. Prima lo mediático por encima de una concienciación real con la causa.

Palabras clave: *Ice Bucket Challenge*; reto cubo helado; ELA; fenómeno viral; campaña publicitaria.

Abstract

Ice Bucket Challenge has come to be known as an advertising campaign to make known a disease called ALS, Amyotrophic Lateral Sclerosis, that affects motor neurons and has caused the death of more than 3000 people in Spain. What began as a simple campaign in Boston, USA, went viral in a matter of months. This campaign consists of people pouring a bucket of ice water over their head while being recorded and has been seen by more than a billion viewers on YouTube and different celebrities have participated, such as co-founder of Microsoft, Bill Gates, or the journalist Oprah Winfrey.

Methods: We analyze digital media information produced on this phenomenon in the five most widely read Spanish newspapers, according to OJD, the Office for Justification of Dissemination in Spain, from August to September. We tested whether this phenomenon corresponds with the funds raised in our country, and because of this we have done an interview with the president of the Spanish Association ELA (AdELA).

Results: We appreciate that the viral phenomenon is higher than the reason of the cause; awareness and fund research and the reason of the phenomenon is explained.

Conclusions: Despite the Ice Bucket Challenge achieves the desired impact and research funds are collected, we notice that it is mainly a media reaction. The mass media repercussion is more important than the real awareness to the cause.

Keywords: Ice Bucket Challenge; ELA; viral phenomenon; advertising campaign.

Introducción

La Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA) es una de las cerca de 7000 llamadas enfermedades raras que existen y que según la Organización Mundial de la Salud (OMS) afectan al 7% de la población mundial. Se consideran enfermedades raras “todas aquellas cuya cifra de prevalencia se encontraba por debajo de la cifra de 5 casos por cada 10 000 personas en la Comunidad Europea” (Posada et al., 2008: 10). La Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) estima que en España existen más de tres millones de personas afectadas por una de estas enfermedades poco frecuentes.

La Esclerosis Lateral Amiotrófica es una enfermedad crónica y degenerativa, que en España afecta aproximadamente a 2800 personas, con cerca de 750 casos diagnosticados al año (AdELA, 2014).

Según la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica, AdELA, dicha enfermedad es tras el Parkinson y el Alzheimer la enfermedad neurodegenerativa más diagnosticada en el mundo. Sin embargo, no ha sido hasta el verano de 2014 cuando se ha empezado a poner cara a esta afección, hasta entonces gran desconocida para la mayoría de la población, gracias a la campaña del reto del Cubo hELAdo (*Ice Bucket Challenge*), que ha hecho que las redes sociales se inunden de videos de famosos y personas anónimas tirándose un cubo de agua helada por encima a favor de la ELA.

El reto tal como se conoce actualmente empezó a hacerse popular a principios de agosto en Boston, impulsado por Corey Griffin, amigo de Pete Frates, ex jugador universitario de béisbol de 29 años de edad, diagnosticado de ELA dos años antes. El 7 de agosto 200 personas se unieron en la plaza Copley de Boston para tirarse un cubo con agua y hielo por encima, simulando los efectos que la enfermedad produce en aquellos que la padecen, con dos objetivos: recaudar dinero y que la gente supiera de la existencia de esta enfermedad incurable y sin tratamiento médico.

La dinámica del reto es muy sencilla; consiste en tirarse un cubo o recipiente con agua helada por encima a favor de la ELA, grabarlo, subirlo a las redes sociales

(Facebook, Twitter o Youtube), donar diez euros y retar a otras tres personas a que hagan lo mismo antes de 24 horas. Si no lo hacen o no lo cumplen en el tiempo señalado deberán donar 100 euros (100 dólares en la versión americana) a una asociación relacionada con la enfermedad. Aunque en algunas versiones el hecho de tirarse el cubo exime de hacer donación económica alguna, en otras el hacer el reto supone una donación mínima de 10 euros.

El objetivo de esta campaña es concienciar sobre la existencia de dicha enfermedad y recaudar fondos para la investigación y su tratamiento, pero pronto adquiere gran trascendencia y se convierte en un fenómeno viral al implicar a famosos, ocupando páginas de periódicos y espacios en los informativos de radio y televisión de todo el mundo; aunque tiene su repercusión más importante en las redes sociales, donde los distintos retos cuelgan sus videos cumpliendo el reto y nominando a otros para que lo hagan. Son muchos los rostros conocidos que se han *mojado* por la ELA; entre otros, Bill Gates, Mark Zuckerberg, Lady Gaga, Jennifer López o Ben Affleck, dejando constancia a través las redes sociales. Este fenómeno ha traspasado fronteras y ha llegado a nuestro país donde tanto famosos como personas anónimas se han sumado a la iniciativa.

1. Marco teórico

1.1 Campañas de comunicación del Tercer Sector

Cuando nos referimos a las comunicación del Tercer Sector es necesario hacer referencia a este colectivo atendiendo “al desarrollo de formas de organización y actuación de actores privados con fines públicos” (Jerez y Blanco, 2012: 6). Es el caso de las asociaciones de pacientes que se ven abocadas a utilizar todos los recursos posibles para atender necesidades que no pueden sufragar o que no financian las administraciones. Y en especial, destaca el papel de los pacientes con enfermedades raras, como la ELA, que tienen que buscar nuevas fórmulas para obtener la empatía y colaboración del ciudadano y, de esta manera, la atención gubernamental.

El objetivo prioritario de estos colectivos es lograr visibilidad ante la Opinión Pública. A pesar de que la campaña del Cubo hELAdo surge en un principio como iniciativa privada e individual en Estados Unidos, es acogida por el colectivo de pacientes y familiares que se convierten en artífices de la misma en distintos puntos de la geografía mundial.

La campaña de la ELA es viral, pero para analizarla en profundidad debemos tener un conocimiento de la comunicación en este Tercer Sector, ya que la estrategia utilizada podría corresponder a la de cualquier movimiento u organización sin ánimo de lucro, que aprovecha las posibilidades del marketing o comunicación viral para llegar al resto de la población. Inicialmente podríamos hacer nuestra una reflexión de Nos Aldás, que podría aplicarse en el caso de estudio que nos ocupa:

El problema de la comunicación solidaria es la profusión de un estilo de comunicación promocional que no dialoga con una necesaria eficiencia cultural, que no es consciente de las peligrosas consecuencias performativas de sus ideas creativas, tal vez eficaces a corto plazo en términos cuantitativos, pero que ratifican conductas y creencias que frenan las necesarias transformaciones a largo plazo (Nos Aldás, 2007: 241).

El Cubo hELAdo no deja de ser un espectáculo en el que lo realmente llamativo es que ciertas personalidades del ámbito político, social y cultural realizan un acto a favor de una enfermedad poco frecuente como es la Esclerosis Lateral Amiotrófica. Es una campaña solidaria, pero realmente la verdadera razón de esta causa queda en un plano muy alejado con respecto al impacto mediático del acto de *mojarse* con el cubo de agua helada.

1.2 El fenómeno viral y su repercusión mediática para lograr el activismo

Analizamos el impacto mediático en prensa de una campaña viral que funciona, principalmente a través de la red social Youtube y, que por lo característico de la campaña y por quienes se convierten en protagonistas, se refleja en los medios de comunicación tradicionales.

Serrano hace referencia al fenómeno de marketing o comunicación viral como “profesionalización de la práctica social conocida como el boca-oreja, por la cual las personas suelen recomendar o censurar cierto producto o marca a sus familiares o amigos” (2007: 10). Es lo que ha sucedido con la campaña del Cubo hELAdo, que comienzan los famosos y que repiten ciudadanos anónimos, que cuelgan sus vídeos en redes sociales y se solidarizan con esta iniciativa de forma mimética. Es una estrategia eficaz para conseguir la inclusión de los agentes transformadores implicados, tal y como afirman Almaraz y Baños (2013), que utiliza las redes sociales para conseguir los objetivos de comunicación propuestos. Ambos autores consideran que Youtube se perfila como la red idónea para que estos vídeos virales logren ser compartidos y comentados. De esta forma, estas organizaciones pueden:

Promocionar sus mensajes a través de vídeos debido al bajo coste con el que pueden difundir sus objetivos, siempre buscando un efecto de viralidad a través de las llamadas técnicas de marketing WOM digital o “buzz marketing” (Almaraz y Baños, 2013: 618).

De la red a la calle, y de la calle a la actuación mediante la realización del acto de *mojarse* y la posterior donación. Con esta campaña se ha perseguido algo similar a lo que ya se logró con la campaña de “Pastillas contra el dolor ajeno”, del año 2011 de la ONG Médicos Sin Fronteras. El objetivo fundamental es que el ciudadano además de realizar una aportación económica, se implique, convirtiéndose en consumidor de estas pastillas simbólicas para unos pacientes olvidados o se mojen por una enfermedad desconocida como la ELA.

La campaña de Médicos Sin Fronteras, “Pastillas contra el dolor ajeno”:

Perdura no solamente por su web activa, la eficacia de sus mensajes y por la clara diferenciación de otras campañas solidarias, sino porque su enfoque de marketing y comunicación 360° permite aprovechar al máximo la eficacia de cada técnica y medio que forman parte de la campaña (Hanninen, 2014: 277).

En el caso que estudiamos, el Cubo hELAdo, analizamos si se produce un efecto similar o, por el contrario, la presencia mediática y el impacto en las redes sólo consigue una visibilidad momentánea, sin correspondencia con una recaudación económica considerable o similar al impacto en los *mass media*.

2. Objetivos

Con el análisis de contenido de las noticias en prensa digital sobre el Cubo hELAdo comprobamos si este medio de comunicación, la prensa *online*, ha tenido en cuenta la verdadera razón de ser de esta iniciativa solidaria y analizamos qué aspectos se han reflejado o destacado del reto.

La hipótesis de partida de este estudio tiene como objeto dar respuesta a las siguientes preguntas:

H1. ¿Cuál ha sido el tratamiento en prensa digital que se ha realizado sobre este reto del Cubo hELAdo?

H2. ¿Existe relación entre el impacto mediático y los objetivos de las asociaciones de pacientes que han puesto en marcha la iniciativa?

3. Metodología

El análisis de contenido en prensa es la principal metodología utilizada. Piñuel y Gaitán definen el análisis de contenido como:

El conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicados a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos), o a interacciones comunicativas que, previamente registradas, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (1999: 511).

3.1 Muestra, campo de estudio e indicadores de análisis

La investigación trata de mostrar los encuadres que estas noticias han generado en los cinco diarios de mayor difusión en España según OJD, la Oficina de Justificación de la Difusión en España: *El País* (276 883 ejemplares), *El Mundo* (156 172 ejemplares), *La Vanguardia* (145 873 ejemplares), *ABC* (134 553 ejemplares) y *El Periódico* (96 162 ejemplares). Datos certificados que obtenemos del periodo de control de julio de 2013 a junio de 2014. Sin embargo, dado que este fenómeno se refleja fundamentalmente a través de las redes sociales como Youtube, decidimos realizar el análisis en las plataformas *online* de estos diarios, ya que su carácter multimedia nos ha permitido analizar no sólo imágenes fijas sino también videos. Hemos realizado la búsqueda de estas noticias en las diferentes hemerotecas de los diarios *online*, utilizando como motores de búsqueda las referencias *Ice Bucket Challenge*, Cubo Helado, reto de agua helada y cubo de agua helada.

La muestra está compuesta por 148 noticias procedentes de estos cinco diarios digitales. El periodo de análisis abarca desde el 1 agosto hasta el 30 de septiembre de 2014, fechas que se corresponden con el momento en que la campaña se encuentra en su máximo apogeo.

El campo de estudio es España, que es el país donde analizamos la repercusión mediática de la campaña y los resultados monetarios de la misma.

Nos basamos en el análisis de contenido de datos identificativos (periódico y sección del diario), datos de contenido (género y frecuencia de determinadas palabras), fuentes (del sector público o privado) e imágenes (utilización de fotografías o vídeos para complementar la información).

El análisis de contenido se complementa con una entrevista a la Presidenta de la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica (AdELA). Se trata de una

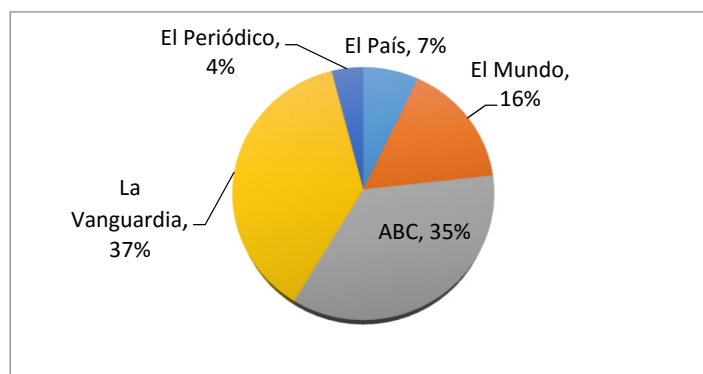
entrevista telefónica que consta de 13 preguntas con la opción de respuestas abiertas. El objetivo de esta entrevista es obtener información y opinión de primera mano de los protagonistas de la campaña.

4. Resultados

4.1 Resultados del análisis

El diario *La Vanguardia*, con un 37% de las noticias analizadas, y *ABC*, con un 35%, han realizado una mayor cobertura de este fenómeno viral. *El Periódico* es el diario que menos atención ha prestado a este hecho, con un 4%.

Gráfico 1. Cobertura de la Campaña del Cubo hELAdo en los cinco diarios analizados

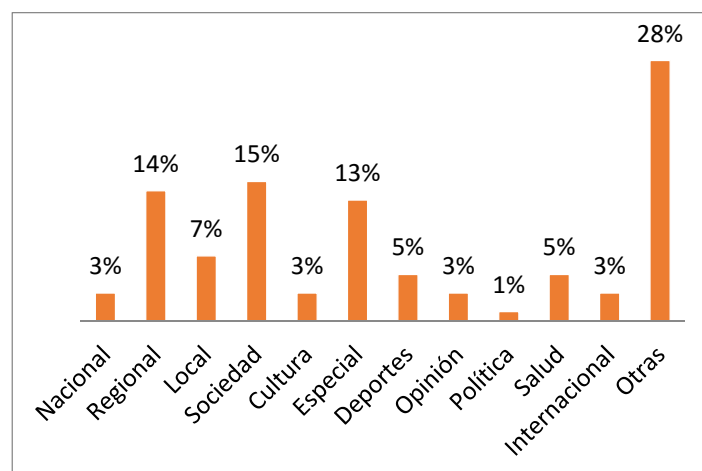


Fuente: Elaboración Propia.

El mes de agosto es en el que se ha realizado mayor cobertura mediática, coincidiendo con el inicio de la campaña. El 78% de las noticias aparecen en este mes, mientras que en septiembre la cobertura se reduce al 22% y se basa en las consecuencias e interpretaciones que las asociaciones y otros colectivos realizan sobre los resultados.

Las noticias no se agrupan de forma mayoritaria en ninguna sección concreta. El mayor porcentaje, el 28% de las unidades, aparece en la categoría otras, que no hemos identificado como las habituales en los diarios de información general. Las secciones en las que existe un porcentaje mayor son Sociedad, 15%, Regional, 14% y Especiales o Suplementos, 13%. La sección Política es en la que existe menor porcentaje de noticias, 1%.

Gráfico 2. Localización de la información en las distintas secciones de los diarios analizados

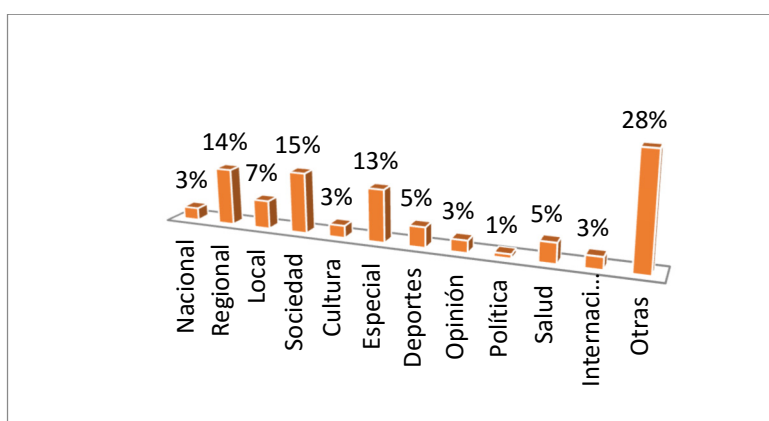


Fuente: Elaboración Propia.

El género más utilizado es el informativo. El 82% son noticias, seguidas de reportajes, 14% y en menor medida la opinión, 3%. Sólo hay un 1% de entrevistas entre las piezas de análisis.

Con respecto a las palabras claves utilizadas, destacamos Cubo Helado y *Ice Bucket Challenge*, con el 87% y 68% respectivamente, y las palabras Esclerosis Lateral Amiotrófica y sus siglas, ELA, con un 87% y 82%. Las palabras que se utilizan con menos frecuencia son Enfermedad Rara, 6% y desconocida, con un 4%.

Gráfico 3. Palabras más frecuentes



Fuente: Elaboración Propia.

En relación a las fuentes que se citan en el texto, prevalecen las del sector privado, 71%, frente al sector público, 34%. En algunas informaciones las fuentes pertenecen a

ambos sectores. En el sector privado, en el 32% de las informaciones se cita como fuente a las asociaciones de enfermos de ELA y colectivos relacionados, el 28% son personajes famosos de distintos ámbitos, mientras que solo el 2% son los propios pacientes. En el sector público destacan los políticos, que aparecen en el 21% de los textos, el 5% son médicos y científicos y el 3% son administraciones. Hay un 6% de fuentes que engloban a miembros de la realeza, funcionarios y otros personajes con función pública.

En estos textos, el 65% de la información está acompañada por un soporte visual, ya sea imagen o vídeo. De este tanto por ciento, la mitad corresponde a informaciones con vídeo y la otra mitad a informaciones con fotografías. En el contenido de las mismas destaca la presencia de famosos realizando el reto del Cubo hELAdo, un 41%, y los anónimos aparecen en el 14% de los vídeos y fotografías. El 6% son vídeos con mensajes solidarios, el 5% son vídeos de petición de captación de fondos y el 2% son vídeos explicativos de la enfermedad.

4.2 Resultados de la campaña

En la entrevista realizada a Adriana Guevara de Bonis, presidenta de la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica (AdELA), queda constancia de que la campaña ha servido para poner nombre y cara a la enfermedad aunque no para que la gente conozca la enfermedad en la medida que se pretendía, ni que se impliquen con las distintas asociaciones de pacientes. No ha aumentado el número de socios, aunque sí el número de pacientes en busca de asesoramiento.

La recaudación económica ha alcanzado la cifra de 481 000 euros en el mes de enero de 2015, nada comparable con los 100 millones de dólares alcanzados en Estados Unidos. Esta cantidad se ha repartido entre las distintas asociaciones existentes en todo el país y la Fundación Española para el Fomento de la Investigación de la Esclerosis Lateral Amiotrófica (FUNDELA), por lo que aunque han existido donaciones se han distribuido mucho entre las distintas entidades.

Conclusiones

La cobertura como fenómeno mediático es importante, porque se han generado cerca de 150 noticias tan sólo en dos meses sobre este reto del Cubo hELAdo, aunque señalamos que *ABC* y *La Razón* son los que más referencia han hecho a la campaña frente a los periódicos de mayor difusión, *El Mundo* y *El País* que han realizado una

cobertura menor. Como campaña viral, trasladada a medios de comunicación como la prensa digital, podemos afirmar que es todo un éxito, tanto por la cobertura, como por la amplitud de las noticias y aparición en las diversas secciones del diario *online*. Aparece en muy diversas secciones y son fáciles de encontrar a través del motor de búsqueda de la hemeroteca del diario.

Sin embargo, el hecho de que las informaciones relativas a la campaña no se encuadren en una sección concreta nos da idea de lo difícil que resulta a los propios medios categorizar o enmarcar esta campaña que se mueve por las distintas secciones desde internacional hasta tecnología. Este hecho llama la atención sustancialmente y nos hace plantearnos que lejos de la sensibilización o solidaridad que mueven la causa, (que llevaría a estas noticias a secciones como salud, sociedad o cultura), la viralización del mismo y la implicación de personajes conocidos es lo que le otorga la condición de noticia.

Las asociaciones han jugado un papel fundamental para la difusión de la iniciativa, ya que son las principales fuentes que se citan en estas piezas informativas, pero no han sido menos relevantes los personajes famosos, ya que gracias a ellos se ha convertido en viral y ha tenido gran presencia mediática, como queda reflejado en el contenido de los videos analizados, que muestran fundamentalmente a famosos cumpliendo el reto y nominando a otras personas también conocidas. Por otra parte, se han convertido en modelos a seguir por el resto de la ciudadanía que se han implicado en la campaña realizando el acto de *mojarse*.

Los términos “cubo hELAdo” y “*Ice Bucket Challenge*” son los que tienen mayor presencia en las noticias analizadas. Sucede lo mismo con el nombre completo de la enfermedad y sus siglas (Esclerosis Lateral Amiotrófica y ELA). Sin embargo, resulta interesante observar cómo palabras y expresiones como “enfermedad rara” y “desconocida” tienen poca presencia en los textos, lo que refleja la escasa importancia otorgada en estas informaciones al origen de la enfermedad, su tratamiento y consecuencias en la salud de quienes la padecen.

No se explica la enfermedad y existe escasa presencia de científicos y médicos (solo en un 5% de los casos), quienes realmente podrían aportar información relativa a dicha patología. Y sólo se concientia a la población de la importancia de apoyar la investigación cuando asociaciones y los propios famosos se percatan de que lo que prima es el fenómeno frente a la razón de ser de la causa. Aunque destacamos, por otra parte, que cuando en prensa se refieren a la Esclerosis Lateral Amiotrófica no se ofrece

una visión pesimista de la misma. Se presenta la enfermedad como una realidad que afecta a un sector de la población pero prescindiendo de cualquier elemento que denote sus consecuencias finales.

Los medios reflejan este hecho con la gran presencia de personajes conocidos (muchos de ellos políticos) que aparecen en los vídeos e imágenes que apoyan las noticias. Algo que queda refrendado también por el hecho de que la mayor parte de las fuentes citadas en las informaciones analizadas pertenezcan al sector privado y fundamentalmente se trate de personajes famosos.

Aunque la campaña, que comenzó con un marcado carácter solidario, se ha tornado en un fenómeno viral mediático, no podemos obviar el hecho de que efectivamente ha servido para que la Esclerosis Lateral Amiotrófica sea visible ante la Opinión Pública. Bien es cierto que no se ha logrado un conocimiento en profundidad de la enfermedad ni se ha recaudado una cantidad considerable como en Estados Unidos, pero esta campaña ha logrado que la ELA sea visible, obtenga recaudación económica para que se siga investigados y ha contribuido a que se sigan realizando actividades a favor de la causa.

Entre las futuras líneas de investigación se podrían analizar las campañas anteriores y posteriores relacionadas con la ELA, para comprobar la influencia del *Ice Bucket Challenge*.

Bibliografía

- AdELA, (2014). La recaudación del Reto del Cubo hELAdo por parte de AdELA ha alcanzado los 376.000€. Recuperado de <http://docuweb.adelaweb.com/NP%20Solidario%20Cubo%20hELAdo.pdf>
- Almaraz, I. A., González, M. B., y Ors, C. V. W. (2013). Análisis de los mensajes audiovisuales del Tercer Sector en YouTube. *Revista Latina de comunicación social*, 68,14-27.
- González, D. N., Escobar, B. E., y Escamilla, C. C. (2003). Esclerosis lateral amiotrófica. Monografía. *Rev Mex Med Fis Rehab*, 15(2), 44-54.
- Hanninen, L. (2014). Comunicación 360° y publicidad social en «Pastillas contra el dolor ajeno»: análisis de caso. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 7(2), 275-293.
- Jerez, A. y Blanco, M. R. (2012). El tercer sector. Una revisión introductoria a un concepto polémico. *Sociedade em Debate*, 4(2), 3-22.
- Lara, M. B. (2008). El reto de la comunicación en el tercer sector no lucrativo. *Revista española del tercer sector*, 8, 17-38.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios*. Barcelona: Icaria/Antrazyt.

- Posada, M., Martín-Arribas, C., Ramírez, A., Villaverde, A., y Abaitua, A. (2008, October). Enfermedades raras. Concepto, epidemiología y situación actual en España. En *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 31, 9-20).
- Piñuel Raigada, J.L. y Gaitán Moy, J.A. (1999). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación Social*. Madrid: Síntesis.
- Serrano, M. R. (2007). Comunicación viral y creatividad. *Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad*, 11, 9-25.

Agradecimientos

Nos gustaría agradecer la colaboración de Adriana Guevara de Bonis, la Presidenta de la Asociación de Esclerosis Lateral Amiotrófica en España, Adela, por su inestimable colaboración al ofrecernos los datos necesarios para contrastar los resultados del análisis con los de la campaña del cubo hELAdo en España.

Biografía

Paloma López Villafranca es Licenciada en Comunicación Audiovisual y Periodismo por la Universidad de Málaga. Máster en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación y doctoranda cuya línea de investigación versa sobre la comunicación sanitaria. Ha intervenido en diversos congresos nacionales e internacionales, y publicado diversos capítulos de libro y artículos en revistas sobre la materia. Desde 2009 es profesora en la Universidad de Málaga en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Lleva dedicándose a la docencia en ámbito público y privado desde 1999. Profesional en los medios de comunicación desde 1998 a 2009. Ha trabajado como periodista para el Grupo Prisa, Recoletos, empresa privada y entidades municipales, además de colaborar en el año 1998 en *RNE*. En la actualidad está investigando sobre la comunicación de las asociaciones de pacientes que padecen enfermedades raras. Correo electrónico: pallopvil@uma.es.

Ruth Gómez de Travesedo Rojas es Licenciada en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga. Doctorado “El espacio latino de la comunicación, una perspectiva europea” doctoranda cuya línea de investigación versa sobre la comunicación de género. Desde 2010 es profesora en la Universidad de Málaga en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Anteriormente jefe de Gabinete de Prensa durante más de 12 años. En la actualidad sus líneas de investigación son de temática social y género. Correo electrónico: ruthgtr@uma.es.

Del discurso asistencialista al enfoque de derechos: el caso de la Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació

*From paternalistic approach to rights discourse:
the case of Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació*

Celia Serrano Fernández, responsable de comunicación de la Xarxa de Xarxes
d'Acció Social i Cooperació

Resumen

La presente ponencia recoge la experiencia de la puesta en marcha de la Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació (Xarxa de Xarxes), una red de redes que, desde el año 2012, aúna a las principales redes de entidades sociales de la Comunidad Valenciana y cuyo objetivo principal es transformar el discurso mediático y político mayoritario sobre los colectivos en riesgo de exclusión representados en esta plataforma: de víctimas receptoras de ayudas sociales a colectivos empoderados que exigen sus derechos económicos y sociales.

La iniciativa pretende, desde el reto que supone el trabajo asociativo en red, visibilizar a algunos de los grupos sociales más desfavorecidos como son las personas migrantes, las personas con discapacidad, las comunidades empobrecidas del Sur o las personas con VIH o Alzheimer y, además, cambiar tanto las representaciones estereotipadas que aparecen de ellas en los medios de comunicación, como su consideración por parte de la clase política y de las administraciones, a través del enfoque de derechos.

En este sentido, la presentación se centrará especialmente en las acciones llevadas a cabo por la Xarxa de Xarxes desde septiembre de 2014 a mayo de 2015 de cara a las elecciones autonómicas –como oportunidad mediática, política y social– para cambiar el discurso social mayoritario sobre los colectivos en riesgo de exclusión social –que los considera sujetos pasivos o invisibles– y poner en la agenda sus derechos, ofreciendo unas auto representaciones alternativas basadas en el empoderamiento y las reivindicaciones en el contexto de recortes y desmantelamiento de las políticas sociales.

Palabras clave

Red; empoderamiento; representaciones; incidencia; derechos.

Abstract

This paper describes the experience of the implementation of Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació (Xarxa de Xarxes), a network of networks that since 2012, brings together the major networks of social organizations in the Valencian Community and whose main objective is to transform the media and political mainstream discourse of the groups at risk of exclusion represented on this platform: from depending on welfare victims to empowered groups demanding their economic and social rights.

The initiative aims, from the challenge of associative networking, to make visible to some of the most disadvantaged social groups, such as immigrants, disabled people, impoverished southern communities and HIV and Alzheimer patients, and, also change stereotypical representations of them appearing in the media and also their consideration by the political class and the government, through the perspective of human rights.

Thus, the presentation will focus particularly on the actions taken by Xarxa de Xarxes since September 2014 to May 2015 ahead of regional elections, as a media, political and social opportunity to change the mainstream discourse about groups at

risk of social exclusion –that considered passive individuals, or even invisible–, and put their rights on the agenda, offering auto alternative representations based on empowerment and claims in the context of cuts and dismantling of social policies.

Keywords

Network; empowerment; representations; advocacy; rights.

Introducción

La Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació es una plataforma que agrupa a las principales redes de entidades sociales del Tercer Sector de la Comunidad Valenciana. En la actualidad forman parte de la misma: el Comité de Representantes de Personas con Discapacidad de la Comunidad Valenciana (CERMI CV), la Coordinadora Valenciana de ONGD (CVONGD), La coordinadora de Asociaciones de VIH y sida de la Comunidad Valenciana (CALCSICOVA), la Federació Valenciana d'Associacions de Familiars de Persones amb Alzheimer (FEVAFA), el Consell de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CJCV), el Colegio Oficial de Trabajadores sociales de Valencia y la Mesa d'Entitats de Solidaritat amb els Immigrants.

Esta organización nace en 2012 con los objetivos principales de, por una parte, aunar los esfuerzos y el trabajo de incidencia política de las principales redes de entidades sociales de la Comunidad Valenciana –especialmente crear una estructura asociativa capaz de hacer frente a los recortes presupuestarios e incumplimientos de las Administraciones Públicas locales a partir de la visibilidad y las reivindicaciones de algunos de los colectivos más desfavorecidos– y, por otra, transformar el discurso imperante sobre los colectivos en riesgo de exclusión representados en esta plataforma: de sujetos necesitados de asistencia a miembros activos de la ciudadanía que, como agentes políticos que son, exigen sus derechos económicos y sociales.

En este sentido, la red utiliza como herramienta fundamental para llevar a cabo estos fines la comunicación, tanto interna, entre las mismas plataformas, las entidades sociales y los colectivos a los que representa –es decir, personas con discapacidad, comunidades empobrecidas de los países del Sur, enfermos de VIH, sida o alzheimer, jóvenes, usuarios de los servicios sociales y personas migrantes–, como externa, hacia los medios de comunicación, los partidos políticos y la sociedad valenciana en general.

En la presente comunicación, detallaremos tanto los mecanismos que la Xarxa de Xarxes ha utilizado para revertir el discurso paternalista sobre los colectivos en riesgo de exclusión y las entidades sociales que trabajan en la defensa de los derechos de estos grupos –a través de la apropiación del lenguaje y las auto representaciones desde la

puesta en práctica–, como los resultados obtenidos con su aplicación –especialmente desde septiembre de 2014 hasta mayo de 2015, meses en los que hemos implementado una estrategia comunicativa, con las próximas elecciones autonómicas como objetivo.

1. Descripción del caso

Tal y como ya se ha comentado, desde la Xarxa de Xarxes se consideran las próximas elecciones autonómicas una oportunidad clave en cuanto a incidencia política y la subversión de los discursos de la opinión pública mayoritaria sobre la exclusión social y los colectivos más vulnerables, especialmente en medios de comunicación, partidos políticos y Administraciones locales.

En este sentido, durante los primeros meses de 2014 se planifican estrategias comunicativas concretas que se pondrán en práctica a partir del mes de septiembre de ese mismo año y se llevarán a cabo hasta mayo de 2015, fecha de la cita electoral. Los principales objetivos que se pretenden alcanzar son:

- Fomentar una visión unitaria del Tercer Sector que refuerce su posición de representantes y defensores de los derechos de las personas en riesgo de exclusión social ante la sociedad, las Administraciones locales, los partidos políticos y los medios de comunicación. Para ello, se prevé trabajar el fortalecimiento asociativo de las plataformas que forman parte de la Xarxa de Xarxes, así como el trabajo en red.
- Fomentar la utilización de un lenguaje no discriminatorio sobre los colectivos en riesgo de exclusión y desde la premisa de que el lenguaje construye realidad. Es decir, impulsar un uso de la terminología correcta y consciente sobre estos grupos sociales que ayude a visibilizarlos como miembros activos de la sociedad, prestando especial atención, además, a la perspectiva de género. De esta forma, se busca desterrar palabras incorrectas o con una importante carga despectiva como “minusválidos”, “pobres”, “clase baja”, “enfermos”, etc. por otras como “personas con discapacidad”, “personas en riesgo de exclusión”, “personas con VIH”, etc., incidiendo en la utilización de la palabra “persona” para ofrecer una visión inclusiva de todos los grupos sociales.
- Impulsar las imágenes positivas sobre los colectivos sociales desfavorecidos. De esta forma, más allá de las imágenes tradicionales de

personas dependientes y receptoras pasivas de ayudas de la Administración, se muestran representaciones que tienen en cuenta su potencialidad como agentes políticos activos que defienden sus derechos. Para ello, se fomenta su participación en todas las acciones previstas, buscando que sean ellas mismas las creadoras de los mensajes reivindicativos que se van a emitir desde la Xarxa de Xarxes y que tienen como destinatarios a la sociedad valenciana en general, los medios de comunicación, los partidos políticos y las Administraciones.

Estos fines se llevarán a cabo a través de la implementación de acciones comunicativas concretas.

1.1 La comunicación interna de la Xarxa de Xarxes

Desde el primer momento, la Xarxa de Xarxes considera que para poder cambiar el discurso predominante sobre la exclusión social, es necesario construir y asumir un discurso propio unitario. En este sentido, la comunicación interna es clave para perfilar los mensajes, la terminología y los objetivos comunes de todas las plataformas que forman parte de esta red de redes.

De esta forma, se llevan a cabo diversas acciones comunicativas internas que van a permitir esta generación de discurso compartido:

- Se elabora un boletín informativo de periodicidad variable, semanal o quincenal, según la urgencia de la agenda interna, en el que se difunden los contenidos más relevantes de las plataformas en cuanto a actividades previstas, la situación del Tercer Sector o noticias relevantes en los medios de comunicación. Esta publicación es un medio para generar sinergias y que las entidades sociales puedan estar al tanto del trabajo que se está llevando a cabo.
- Por otra parte, se llevan a cabo formaciones internas que fomentan el fortalecimiento asociativo y que generan espacios de encuentro de las plataformas del Tercer Sector. Desde septiembre de 2014 hasta mayo de 2015, los miembros de la Xarxa de Xarxes asisten a cursos sobre el movimiento de defensa de las personas con discapacidad, la comunicación en las redes sociales, autofinanciación, portavocía y trabajo en red; una oportunidad para conocer mejor la situación de cada sector.

- Además, se realizan continuas reuniones operativas de los representantes de las plataformas para planificar las acciones previstas que sirven para comprender las dificultades, retos y logros de los sectores representados por cada una de las plataformas; es decir, una puesta al día continua de la situación que atraviesan en la Comunidad Valenciana las entidades sociales que representan a las personas con discapacidad, las personas enfermas de VIH, las personas con alzheimer y sus familiares, los usuarios de los servicios sociales, las comunidades empobrecidas del Sur, las personas migrantes y los jóvenes.

1.2 La comunicación externa de la Xarxa de Xarxes

Respecto a los mensajes que la Xarxa de Xarxes emite a la sociedad, éstos se articulan de manera diferente según el público objetivo destinatario. En este sentido, se hacen distinciones en cuanto a los canales, el tono y los mecanismos empleados en la persuasión para alcanzar a los diferentes destinatarios previstos.

1.2.1 Acciones comunicativas dirigidas a los medios

Para conseguir la atención de los medios de comunicación, como agentes multiplicadores y mediadores entre las entidades sociales y la sociedad mayoritaria, se llevan a cabo tres acciones específicamente planificadas para este público:

- En diciembre de 2014, se convoca a los medios de comunicación a una rueda de prensa en la que los representantes de todas las entidades que forman parte de la Xarxa de Xarxes explican las principales acciones previstas en cuanto a incidencia política en las elecciones autonómicas y, además, detallan la situación que atraviesa cada uno de sus sectores de forma específica. Los portavoces de cada red expresan cuáles son las dificultades de los colectivos a los que representan, así como de las entidades sociales en el contexto actual de desmantelamiento de políticas públicas. Este intercambio permite a los periodistas conocer de primera mano las movilizaciones, los retos y las demandas del Tercer Sector de una forma unitaria y con un discurso político de enfoque de derechos.
- Durante todo el proyecto, se envían notas de prensa y comunicados, que incluyen imágenes, para informar a los medios de las acciones que se llevan a cabo por parte de la Xarxa de Xarxes, así como de los resultados

que se obtienen con la ejecución de estas acciones. Se busca que los medios sean, sobre todo, transmisores del discurso unitario del Tercer Sector en la Comunidad Valenciana y que utilicen un lenguaje que permita deconstruir estereotipos sobre los colectivos sociales más vulnerables.

- Asimismo, en el mes de abril, se celebra un desayuno informativo con periodistas en el que se presentan las recomendaciones que la Xarxa de Xarxes elabora para los programas electorales de los partidos en cuanto a políticas sociales. Además, en este encuentro, está previsto un debate de comunicadores sobre el tratamiento mediático de la pobreza, la desigualdad y la exclusión social para impulsar el cambio de discurso de los periodistas valencianos entorno a esta cuestión y hacerles llegar la importancia de su función social como agentes de transformación social.

1.2.2 Acciones comunicativas dirigidas a la Administración y los partidos políticos

El trabajo con los partidos políticos y las Administraciones públicas locales se centra en la incidencia para que éstos tomen conciencia de la importancia de las políticas sociales en el bienestar de la ciudadanía, especialmente en el caso de los colectivos más vulnerables. En este sentido se llevan a cabo las siguientes acciones:

- En diciembre, durante el proceso de aprobación de los próximos presupuestos para 2015 del Gobierno Valenciano, la Xarxa de Xarxes convoca una concentración con el lema “*Rectifiquem!*” (¡Rectificad!, en castellano) para reivindicar unos presupuestos más sociales y comprometidos con la ciudadanía.
- Se elaboran dos informes: uno sobre la evolución de los presupuestos destinados a cada uno de los sectores representados en la Xarxa de Xarxes y, el otro, sobre la exclusión sanitaria en la Comunidad Valenciana. Estos dos documentos se les hace llegar a cada uno de los partidos políticos y se suben en la página web de la Xarxa de Xarxes para que puedan ser consultados.
- En el mes de febrero se elabora un documento de propuestas sobre políticas sociales en el que se recogen las necesidades y reivindicaciones de los colectivos más vulnerables, así como de las entidades sociales que defienden sus derechos.

- Desde febrero hasta marzo, se realizan reuniones entre los representantes de las plataformas que conforman la Xarxa de Xarxes y los máximos representantes de los partidos políticos que forman parte del Gobierno Valenciano o que tienen opciones a formar parte según las encuestas electorales.
- En los meses de abril y mayo, se llevan a cabo tres mesas de debate con representantes políticos: una sobre juventud, otra sobre discapacidad y servicios sociales y, la última, sobre inmigración y cooperación al desarrollo. El objetivo de estos tres encuentros es obligar al posicionamiento público de los partidos políticos respecto a las políticas sociales.

1.2.3 Acciones comunicativas dirigidas a la ciudadanía en general

Las acciones destinadas a la ciudadanía se centran en acercar la realidad de los colectivos en riesgo de exclusión social y dar a conocer el trabajo de las entidades sociales en la defensa de sus derechos:

- En el mes de marzo, se lanza la campaña *Primero las personas* con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía sobre las causas y consecuencias compartidas de la desigualdad en los países ricos y los países empobrecidos, así como dotar de mecanismos para hacerle frente. La campaña incluye una serie de diez carteles que se instalan en las calles de Valencia, Alicante y Castellón, una página web en la que el público puede hacer propuestas para combatir la desigualdad, una aplicación móvil donde se recoge todo el contenido de la campaña, así como un vídeo que se lanza en las Redes Sociales.
- En el mes de marzo también, se lleva a cabo una representación teatral llamada *Inmigración en primera persona* en la que varias personas migrantes interpretan monólogos sobre su experiencia migratoria. Esta acción busca la empatía del público con el sufrimiento, las alegrías y aspiraciones de las personas migrantes para incidir en un trato justo e igualitario de este colectivo.
- En el mes de mayo, se lleva a cabo una representación teatral de personas con discapacidad para dar a conocer las dificultades a las que se enfrenta

este colectivo y sus familiares por las consecuencias del copago y los recortes sanitarios.

- Durante todo el proyecto, se actualiza un blog de la Xarxa de Xarxes en el que se recogen todas las acciones que lleva a cabo la red, así como cuentas de Twitter y Facebook, redes sociales en las que se informa a diario de la situación de los colectivos en riesgo de exclusión social, además de incorporar propuestas y acciones para la ciudadanía.

2. Discusión

Transformar un discurso asimilado y predominante en todos los sectores sociales es una tarea de gran complejidad que requiere herramientas de gran alcance, así como una estrategia a largo plazo y acciones constantes y de gran impacto.

En este sentido, los representantes de la Xarxa de Xarxes son conscientes de que es un trabajo que requiere una gran constancia, coordinación y recursos.

Por todo ello, tal y como se ha explicado anteriormente, desde la comunicación interna, se ha llevado a cabo un enorme esfuerzo de coordinación para fortalecer el trabajo en red y empoderar a los colectivos representados por las entidades sociales. Los principales resultados obtenidos han sido la construcción de una agenda común del Tercer Sector en la Comunidad Valenciana, así como las sinergias que han aparecido entre diferentes sectores que han iniciado acciones y proyectos conjuntos más allá de los planificados en el marco de la Xarxa de Xarxes. Además, la Xarxa de Xarxes ha dotado a las diferentes plataformas de un espacio de encuentro en el que se ha facilitado la comprensión de las diferentes realidades de los colectivos representados, así como sus dificultades, reivindicaciones y discursos específicos. Esto ha facilitado la creación de un discurso común sobre la necesidad de unas políticas sociales de calidad con enfoque de derechos, dejando atrás la visión estereotipada de los colectivos vulnerables.

Por otra parte, ha sido un proceso complejo cargado de dificultades en el que no todos los actores implicados en la Xarxa de Xarxes se han sentido representados con el discurso reivindicativo de empoderamiento, además de tener que priorizar los objetivos y reivindicaciones comunes antes que las necesidades individuales, y todo esto ha implicado una generación de tensiones y bloqueos en el trabajo en red. De esta forma, según se ha avanzado en la construcción de los mensajes y el enfoque de derechos, una de las plataformas ha decidido abandonar finalmente el proyecto, cuestión que se ha

asumido como necesaria por parte de las otras redes para poder generar un discurso desde el enfoque de derechos y la incidencia política.

Asimismo, tras implementar las acciones previstas en la estrategia de comunicación externa, la Xarxa de Xarxes ha iniciado el proceso de convertirse en fuente de información para los medios de comunicación; en un interlocutor con la Administración como representante legítimo del Tercer Sector en la Comunidad Valenciana, así como en un referente de cara a la ciudadanía en la defensa de los derechos de los colectivos más vulnerables.

Esto ha sido posible, tal y como se ha visto anteriormente, gracias a un discurso unitario de las entidades que forman parte de la Xarxa de Xarxes que ha permitido visibilizar el trabajo de las organizaciones que representan a los colectivos vulnerables, así como las reivindicaciones de estos grupos sociales, desde un enfoque de derechos.

Sin embargo, una de las mayores dificultades en este sentido ha sido dar voz de forma directa a las personas en riesgo de exclusión social, precisamente por su situación de vulnerabilidad. Como ya se ha apuntado anteriormente, se han buscado espacios específicos en los que visibilizar a estos colectivos –monólogos *Inmigración en primera persona*, representación teatral de personas con discapacidad, la concentración con el lema “*Rectifiquem!*”, etc.–, pero, aun así, consideramos que es necesario continuar con este trabajo para poder conseguir espacios que, de forma continuada, permitan a estos colectivos que sean ellos mismos quienes alcen su voz para hacer llegar sus reivindicaciones de forma directa.

Conclusiones

Desde la Xarxa de Xarxes, se ha iniciado el proceso para poder revertir los discursos dominantes que consideran a las personas en riesgo de exclusión social como sujetos pasivos destinatarios de ayudas sociales y empoderar a estos colectivos como agentes políticos de cambio para que puedan ofrecer una visión de su realidad alejada de estereotipos victimistas y centrada en el enfoque de derechos.

En este sentido, queda prácticamente todo por hacer, y, tal y como hemos visto, es necesario implementar estrategias comunicativas que permitan crear espacios en los que, tanto las entidades sociales que representan a los colectivos, como sus mismos usuarios, puedan ofrecer información, sin filtros, sobre su situación y cómo mejorarla.

Así, es clave que se conviertan en fuente de información directa y reconocida por los medios de comunicación, que puedan dialogar directamente con las

Administraciones Públicas, así como los representantes políticos, para que éstos conozcan las consecuencias de su gestión política en la vida de las personas más vulnerables y, por último, de igual forma, que la ciudadanía pueda escuchar su voz y reconozca la necesidad de tenerlas en cuenta como parte activa de su cuerpo social.

Sin embargo, antes de todas estas cuestiones, queda patente la tarea pendiente de formar, informar y concienciar a estos agentes sociales –periodistas, políticos, ciudadanía en general– de su responsabilidad en la situación injusta y desfavorable de muchos de estos colectivos, así como su capacidad para transformar esta situación y que el primer paso para conseguirlo es el cambio de discurso, a través de la consideración de pertenencia social de las personas que forman parte de estos grupos.

En este sentido, las entidades sociales deberían considerar la gestión de la comunicación como una cuestión fundamental y prioritaria en la defensa de los derechos de las personas en riesgo de exclusión social, vigilando, trabajando y cuestionando de forma constante qué se dice, cómo se dice y quién dice qué sobre sus usuarios.

Agradecimientos

Queremos agradecer a los partidos políticos, periodistas y ciudadanía que han participado en las actividades ejecutadas por la Xarxa de Xarxes, así como a las organizaciones y personas voluntarias que han permitido que éstas se llevaran a cabo. Nuestro reconocimiento, además, a los proveedores con los que hemos colaborado cuyo trabajo ha superado con creces y de forma altruista sus obligaciones profesionales.

Biografía

Celia Serrano Fernández es licenciada en Periodismo por la Universitat de València (UV), máster en Interculturalidad y Políticas Comunicativas de la Sociedad de la Información por la UV y responsable de comunicación de la Xarxa de Xarxes d'Acció Social i Cooperació. Las áreas de especialización de su trabajo son la comunicación para el cambio social, las migraciones desde la perspectiva de género y la sensibilización intercultural. Correo electrónico: comunicacionxarxa@gmail.com.

Las redes sociales como herramienta para evaluar el *engagement* en las empresas. Caso Ikea

Social networks as a tool to assess the engagement in companies. Ikea Case study

Laura Ibáñez Gallén, estudiante Máster Interuniversitario en Sostenibilidad y RSC UNED-UJI, becaria de investigación en Grupo SoGReS-MF
M^a Jesús Muñoz Torres, catedrática de Economía Financiera y Contabilidad, UJI

Resumen

En una situación de crisis económica, social y cultural como la actual, las organizaciones tienen que hacer un esfuerzo aún mayor por recuperar y reforzar la confianza de la sociedad en ellos, es decir, revalidar el “permiso para operar” del que disponen. Es por ello que el compromiso o “*engagement*” que adquieran con sus diferentes grupos de interés sea clave para garantizar la supervivencia de la empresa a largo plazo, lo que implica una gestión correcta del corto plazo, con un diálogo sincero y bidireccional con sus grupos de interés. El objetivo general de esta comunicación es analizar la integración de las redes sociales en la gestión de la RSC de las empresas. Para profundizar en el análisis se propone el estudio del caso de la empresa multinacional IKEA, en el ámbito de su mercado en España, centrándonos en dos de las redes más utilizadas: Facebook y Twitter. El análisis de contenido realizado pone de manifiesto que el discurso utilizado por la empresa en estas redes sociales no coincide con el que realiza a través de otros canales; además la interactividad con los usuarios de estas redes aún no es suficiente y los contenidos son de escasa calidad.

Ikea es una empresa que ha adoptado los principios y la práctica de la RSC desde una visión estratégica, con el desarrollo de programas, productos y servicios basados en la creación de valor social, transparencia en su gestión, comportamiento ético y el cumplimiento con las leyes.

Los resultados del análisis muestran que se desaprovechan oportunidades derivadas de la comunicación bidireccional que le proporcionan estas herramientas masivas para generar *engagement* con los *stakeholders*, infrautilizando este canal para informar a toda la sociedad sobre sus actividades desde una perspectiva *triple bottom line* y de este modo lograr una mayor legitimidad en su relación con todos los grupos de interés.

Palabras clave

Comunicación; redes sociales; compromiso; *stakeholders*; gestión empresarial.

Abstract

As a result of the current economic, social and cultural crisis, companies must make a greater effort to recover and reinforce the confidence that society places in them, in the sense of ratifying their “license to operate”. That is why the commitment or engagement to acquire with their different stakeholders is a key to ensure the survival of the company's long-term, implying proper management of the short term, with a sincere two-way dialogue with their groups of interest. The overall objective of this paper is to analyze the integration of social networks in CSR management companies. Specifically, it focuses on the case of the international company IKEA in the Spanish area in two popular networks: Facebook and Twitter. The content analysis shows that the discourse on these social networks does not match what the company makes through other channels, plus interactivity with users is not enough and the contents show poor quality.

Although the company has adopted the principles and practice of CSR from a strategic vision, with the development of programs, products and services based on the creation of social value, transparency, ethical behavior and compliance with laws, has failed to take advantage of opportunities for two-way communication that provide tools to generate these massive engagement with stakeholders. Therefore, the Company misses this channel to inform the whole society on its activities from a triple bottom line perspective and thus greater legitimacy with all stakeholders.

Keywords

Communication; social networks; engagement; stakeholders; business management.

Introducción

En una situación de crisis económica, social y cultural como la actual, las organizaciones tienen que hacer un esfuerzo aún mayor por recuperar y reforzar la confianza de la sociedad en ellos, es decir, revalidar el “permiso para operar” del que disponen. Es por ello que el compromiso o *engagement* que adquieran con sus diferentes grupos de interés sea clave para garantizar la supervivencia de la empresa a largo plazo, lo que implica una gestión correcta del corto plazo. De este modo, deben establecer un diálogo sincero y bidireccional con sus clientes, proveedores, empleados, asociaciones e instituciones, inversores,... Este compromiso real con sus grupos de interés contribuirá a identificar y mitigar riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio, mejorar sus resultados económicos, todo desde una gestión sostenible, transparente y de doble vía: de dentro hacia fuera y de fuera hacia dentro.

Por ello, el objetivo general de esta comunicación es analizar la evolución de la integración de las redes sociales en la gestión de la RSC de las empresas, centrándose en el caso concreto de la empresa internacional IKEA en el ámbito español. El caso nos permitirá conocer los valores, necesidades y expectativas de los *stakeholders* de esta gran empresa; cómo está empleando las redes sociales como herramienta de gestión para tratar contenidos de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa con sus grupos de interés; y, cómo este diálogo contribuye a reforzar su reputación corporativa.

La metodología empleada para este trabajo consistirá en una exhaustiva búsqueda de los mensajes publicados en sus redes sociales para, posteriormente, valorar mediante un análisis de contenidos cómo construyen *engagement* a través de las redes sociales Facebook y Twitter, favoreciendo una relación con sus públicos más horizontal y menos unidireccional. De esta forma se espera contribuir a desarrollar esta área de investigación, ya que es una temática en la que aún no se ha trabajado en profundidad. A pesar de la existencia de estudios que han analizado cómo empresas del tercer sector

están integrando las redes sociales en su gestión de la comunicación que generan, sin embargo, en la medida de nuestro conocimiento, aún falta literatura sobre estudios de casos de empresas internacionales y/o pymes que estén integrando estas herramientas de comunicación en su gestión de la RSC para generar *engagement* con sus grupos de interés.

1. Contexto

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), entendida como el compromiso de las organizaciones para mejorar el bienestar social a través de una correcta gestión de sus impactos sociales, medioambientales y económicos, y sus relaciones con los distintos grupos de interés (Ihlen, Bartlett, y May, 2011), es cada vez es más relevante para un número mayor de empresas. Sin embargo, las organizaciones siguen mostrando un nivel bajo en gestión de la comunicación sobre temas de RSC dirigida a sus grupos de interés. Tal y como Vinke (2011) destaca, existen importantes dificultades para implantar correctamente los procesos de comunicación de la RSC en las empresas.

Para entender esta situación, debemos contextualizar todos los términos nombrados hasta el momento: *stakeholders*, *engagement*, redes sociales. *Stakeholder* es un término anglosajón que se refiere, según la guía de Accountability (2005), a “aquellas personas o grupos de personas que se ven afectados o se podrían ver afectados por las operaciones de una organización o empresa”. De este modo, las empresas pueden presentar una tipología variada de *stakeholders*, cada cual con un nivel diferente de involucración o compromiso y a menudo con intereses diferentes y en conflicto.

En la literatura se habla de *engagement* o compromiso con los *stakeholders* o grupos de interés desde hace ya varias décadas; el *engagement* se puede definir como aquellas prácticas y actividades empresariales que la organización realiza y que involucran de forma positiva a todos los actores (Greenwood, 2007). Este concepto surge de la necesidad de comprender cómo se establecen, se desarrollan y mantienen estas relaciones con los actores. En esta acción se pueden incluir la identificación de los interesados, la consulta, la comunicación, el diálogo y el intercambio (Greenwood, 2007).

Más recientemente, la ISO 26000, que recoge los principios de RSC define el *engagement* con los grupos de interés como todas aquellas actividades que realiza una organización con el compromiso de crear un espacio de diálogo entre todos los actores,

con el objetivo de proporcionar una base bien fundamentada para la toma de decisiones (O’Riordan y Fairbrass, 2013). Sin embargo, es necesario remarcar que las empresas deben ir un paso más allá y no quedarse sólo con la identificación de estos públicos, deben interactuar y generar una comunicación bidireccional, de escucha activa, con ellos para realizar una gestión sostenible y responsable de sus negocios (Noland y Phillips, 2010).

Partiendo de esta premisa, el compromiso con los grupos de interés puede plantearse como un mecanismo para cumplir con los objetivos estratégicos señalados, incluyendo el consenso, el control, la cooperación, la responsabilidad y la participación para así lograr la confianza, como un discurso para mejorar la equidad o como mecanismo de gobierno corporativo (O’Riordan y Fairbrass, 2014). Desde la perspectiva de la RSC como una parte estratégica de la empresa, las organizaciones que quieran alcanzar realmente el éxito deberán incluirla de forma integral en su estrategia global ya que les asegurará la posibilidad de obtener mayores beneficios desde el *triple bottom line*, aumentado además de su influencia social en la comunidad al adoptar un papel activo en la creación de bienestar social, económico y medioambiental del país (Morsing y Roepstorff, 2014). Todo esto debe ser conocido y compartido, es por eso que la comunicación es una herramienta básica para apoyar el compromiso de la empresa y contribuir al cambio (Kotter y Schlesinger, 1979).

Las redes sociales pueden ser una alternativa útil y de fácil desarrollo para conseguirlo, ya que ponen la información al alcance de millones de usuarios que voluntariamente están conversando, tanto de forma positiva como negativa, situación que antes era imposible de conseguir (Burson-Marsteller Communications Group, 2011). Como señala Heckadon (2010), las organizaciones se han percatado y ya han incluido las redes sociales dentro de sus planes estratégicos de marketing, por sus posibilidades para ofrecer una comunicación abierta y transparente, creando un sentido de comunicación y participación que incrementa el valor reputacional de la compañía (Mangold y Faulds, 2009).

Muchas empresas han añadido los medios sociales como un canal más de su plan de comunicación externa e interna y han añadido a sus listados de interés para sus públicos la información relativa a la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad (Reilly y Hynan, 2014). Las redes sociales (por ejemplo, Facebook, Twitter, YouTube) hacen referencia al diálogo facilitado por la tecnología realizada a

través de plataformas como blogs, wikis, intercambio de contenidos, redes sociales y marcadores sociales.

La principal diferencia de estas redes sociales con los medios de comunicación tradicionales es que permiten una experiencia, un diálogo en tiempo real y directo, de manera interactiva entre las organizaciones y las partes interesadas (Kaplan y Haenlein, 2010). Reilly y Hynan (2014) señalan que “dos tercios de las grandes corporaciones usan actualmente las redes sociales y los blogs para comunicarse”. Por esa razón, un número elevado de empresas usan las redes sociales como un método efectivo de comunicación corporativa, ya que pueden ser utilizadas para diferentes objetivos: para responder a las preguntas de índole comercial; para aumentar la demanda de productos sobre un público objetivo muy segmentado; para demostrar a los diferentes grupos de interés las diferentes iniciativas en materia de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa que la empresa apoya y desarrolla.

2. Metodología

2.1 Enfoques metodológicos

Una forma de abarcar el estudio de las redes sociales como herramienta para la evaluación del *engagement* en las empresas es el enfoque de Análisis de Redes Sociales (ARS) y redes de conocimiento, que ofrece indicadores y grafos que describen el comportamiento entre los grupos de interés (Canales-García y Vergara-González, 2013). Las autoras realizan esta propuesta metodológica en la que de acuerdo con Sanz, (2003) “se describen y estudian las estructuras relacionales que surgen cuando diferentes organizaciones o individuos interaccionan, se comunican, coinciden, colaboran, etcétera, a través de diversos procesos o acuerdos... la estructura que emerge de [tal] interacción se traduce en la existencia de una red social”.

Se trata de un enfoque evidentemente cualitativo que nos puede permitir obtener conclusiones descriptivas, estadísticas y gráficas respecto a interacciones entre una serie definida de elementos (Lugo-Morín, 2011).

Por otro lado, la metodología de Análisis de contenido que proponen Iranzo y Farné (2014), a partir de Víctor Sampedro (2011), permite la adecuación de sus indicadores a nuestro objeto de estudio y facilita el establecimiento del nivel de *engagement* generado. Los elementos que incluye son: datos generales, eje formal/descriptivo, eje temático/de significación, eje participativo.

Los datos generales a incluir pueden ser seleccionados *ad hoc* para el análisis, en este caso se tendrán en cuenta el número de seguidores con los que cuenta cada plataforma social, el total de publicaciones generadas durante el periodo temporal fijado, los comentarios generados y los contenidos compartidos. En segundo lugar, se analiza las características formales de la entrada (si incluye texto, imagen, vídeo, enlaces o etiquetas; también si los contenidos se repiten. Respecto a la *autorreferencialidad* (eje temático/de significación), se determina si la propia organización se referencia explícita o implícitamente. Por último, se establece si la publicación en la plataforma social es referencial, se limita a ofrecer información general, o conversacional, responde a lo planteado por otros usuarios. Además, permite medir el nivel de interacción en cada entrada. Este aspecto es el más decisivo para optar por esta opción para el análisis del caso.

2.2 Análisis de contenido y definición del caso

El estudio incluye el análisis exhaustivo del uso de Facebook y Twitter por parte de la empresa IKEA Ibérica (o IKEA España), además de alguna referencia puntual al canal Youtube por su relevancia para el estudio de un contenido específico. Se han seleccionado estas redes sociales por el elevado número de usuarios activos con los que cuenta. Así, según datos del “V Estudio anual de Redes Sociales” de IAB (2014), se mantiene el nivel de penetración de uso de las redes sociales (79% de la población entrevistada) por lo que se podría afirmar que están en una etapa de madurez. Facebook, Twitter y Youtube son las redes más conocidas (con un 99%, 92% y 88% respectivamente), a parte de las más utilizadas o visitadas (Facebook, un 94%, Youtube, 68% y Twitter, 49%) y a las que se dedican más horas a la semana. En cuanto a la relación entre las redes sociales y las marcas, cabe destacar que los usuarios siguen marcas principalmente en Facebook (93%), seguido de lejos por Twitter (20%) y Youtube (9%). Además, el 67% está interesado en la comunicación de las acciones de responsabilidad social emprendidas en las empresas (muy interesante para el 27% y bastante interesante para el 40%).

De este modo, y según a IAB (2014) Facebook es la red social con más usuarios únicos en España, con casi 18 millones de usuarios activos cada mes, de los cuales 12 millones son activos diarios. Por otro lado, Twitter, una red de microblogging, creada en 2006, cuenta con un 14% de penetración, siendo España el tercer país con mayor penetración del mundo.

En el análisis del caso, se han elegido los perfiles de Facebook y Twitter generales de la empresa para toda España. El análisis tiene en cuenta las publicaciones (Facebook) y los tuits (Twitter) de cualquier tipo, lanzados por IKEA Ibérica entre el 1 y el 31 de diciembre de 2014.

Los mensajes sobre los que se va a trabajar en el análisis se clasificarán de dos formas: i) si están vinculados o no con la RSC de la empresa de acuerdo a la guía de Accountability (2005)¹, y ii) se analizarán las respuestas de los usuarios a cada uno de los mensajes publicados según los datos generales, el eje formal/descriptivo, el eje temático/de significación y el eje participativo teniendo en cuenta la interactividad y participación (Iranzo y Farné, 2014).

3. Resultados

La RSC y las redes sociales avanzan de manera entrelazada al integrarse en la comunicación que realiza la empresa con sus grupos de interés. Además, como se ha comentado en el apartado anterior, la importancia que se otorga a las redes sociales como herramienta de interacción con sus *stakeholders* por parte de las empresas es cada vez mayor (Burson-Masteller, 2011). A pesar de esto, se observa cómo las organizaciones no aprovechan todo su potencial para establecer un diálogo real y sincero, una comunicación bidireccional, con ellos (Gómez, 2012; Kemma, 2013).

En este apartado analizaremos la situación en que se encuentra Ikea España en la integración de la RSC y generación de diálogo con sus *stakeholders* a través de sus perfiles sociales en Facebook y Twitter durante el mes de diciembre de 2014. La metodología seguida es el modelo de análisis propuesto por Iranzo y Farné (2014), a partir de Sampedro (2011) y García-de-Torres (2011).

3.1 Ikea en las redes sociales

IKEA, fundada en 1994, por Ingvar Kamprad, se dedica a la venta minorista de muebles y objetos para el hogar y decoración, con diseño contemporáneo, funcionales, de calidad y a precios relativamente bajos. Según su último informe anual, en 2014 alcanzó 28 700 millones de € en Ventas totales, repartidas por las 315 tiendas localizadas en 27 países y gracias a una fama de productos cercana a los 9500 artículos. Cuenta con 147 000 colaboradores y 1002 proveedores de decoración del hogar en 51

¹ Guía *De las palabras a la acción. El compromiso con los stakeholders: manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés*, propuesta por el Instituto de investigación Accountability (2005).

países. El año pasado logró 716 millones de visitas en sus tiendas y alrededor de 1500 millones de visitas al sitio web. Su catálogo es la herramienta de comunicación clave de la empresa, con una distribución de 217 millones de ejemplares en 30 idiomas.

Pese a su relevancia en el mercado internacional, está presente en numerosas redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest) pero no hace un uso proactivo de las mismas, descuidando el gran potencial de esta herramienta para la construcción de diálogo con los *stakeholders* y generación de *engagement*. Analizaremos sus perfiles de Facebook y Twitter por su liderazgo absoluto en España.

Según el perfil oficial de IKEA en Facebook, iniciativa de IKEA IBERICA, SA, su objetivo es crear un mejor día a día para la mayoría de las personas. Cuentan con 765 356 “Me gusta” en esta plataforma. Por otra parte, en su perfil de Twitter cuenta con más de 88 millones de seguidores, sigue a 252 usuarios y un total de 5802 tuits².

A continuación, se analizará de manera comparativa cómo integra la comunicación de RSC y sus interacciones con los diferentes grupos de interés.

3.2 Resultados y análisis

Bajo las consideraciones presentadas en la Metodología del apartado 2, se han recogido un total de 83 mensajes, de los cuales 30 han sido de Facebook y 53 de Twitter, correspondientes al mes de diciembre de 2014. Se ha elegido este mes por la campaña comercial de Navidad y las posibilidades para tratar temas directamente relacionados con la RSC como el consumo responsable o el ahorro de energía. Debido a la pequeña muestra disponible, se han tenido en cuenta todos los mensajes, prestando especial interés a los hilos conversacionales que se detectaron y la comprobación de si la empresa interaccionaba con los diferentes grupos de interés. Solo se han observado dos mensajes en ambas plataformas relacionados de manera explícita e implícita con la RSC y búsqueda del diálogo con sus *stakeholders*.

² Datos recogidos a 1 de febrero de 2015.

Los resultados totales obtenidos se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Relación mensajes en redes sociales dirigidos a grupos de interés

		Mensajes en redes sociales		
		Facebook	Twitter	Youtube (videos)
Grupos de interés	Accionistas			
	Empleados			
	Clientes	X	X	X
	Proveedores			
	Comunidades Locales			
	Medios de Comunicación	X	X	
	AAPP			
	ONG	X	X	
	Competidores			
	Sindicatos			

Fuente: Elaboración propia.

Se observa una clara predilección por los mensajes dirigidos a los clientes, quienes son los usuarios principales de sus perfiles y quienes más interaccionan con ellos, como se puede observar en la Tabla 2. Además, se ha detectado que los medios de comunicación referenciaron sus contenidos, convirtiendo su video corporativo de #LaOtraNavidad en un fenómeno viral, que le hizo alcanzar más de 179 005 “Me Gusta” en Facebook, 123 945 usuarios compartieron el contenido y se generaron más de 4053 comentarios el día 10 de diciembre. En Twitter, contó con 3179 favoritos, 4364 retuits y se generó conversación con la participación de 78 usuarios, principalmente con juicios favorables. Un personaje público televisivo tuiteó con esta etiqueta y compartiendo el enlace del video, consiguiendo 1 100 000 favoritos, 1 300 000 retuits y una conversación con 18 usuarios.

Este video generó polémica entre los adoradores de la marca y cien por cien identificados por el mensaje y aquellos otros detractores, que consideraron que la empresa estaba emitiendo un juicio moral y ético, juzgándoles por su comportamiento y estilo de vida. Este hecho pone de relieve que, bajo un velo de responsabilidad social por la comunidad en general, por el medioambiente y la economía, IKEA utilizaba este anuncio para fines comerciales, para construir marca a través de la polémica y los comentarios masivos. Era una acción más dentro de su plan de marketing.

Tabla 2. Análisis Facebook - Twitter

		Facebook	Twitter
Base social	Nº de “Me gusta”/seguidores	765 356	88,4 K
Entradas propias	Nº de entradas/tuits + retuits al mes	30	53
Características del mensaje	Texto	100%	100%
	Imágenes	90%	98%
	Videos	6,7%	4%
	Enlaces	66,7%	94,3%
	Etiquetas	50%	69,8%
	Otros	3,3%	13,2%
Grupos de interés	Accionistas	-	-
	Empleados	-	-
	Clientes	100%	100%
	Proveedores	-	-
	Comunidades Locales	-	-
	Medios de Comunicación	-	13,2%
	AAPP	-	-
	ONG	3,3%	3,3%
	Competidores	-	-
Sindicatos	-	-	
Autorreferencialidad	Hacen referencia a la misma organización	100%	98%
	Referencial	100%	98%
	Conversacional	93%	52,8%
Nivel de interacción	Nº “Me gusta” /favoritos	28,63%	1,25%
	Nº comentarios	0,6%	0,002%
	Nº veces compartido	16,8%	1,48%
TOTAL INTERACCIONES		46,03	1,482

Fuente: Elaboración propia a partir de Iranzo-Farné (2014).

Conclusiones

Una vez analizados los resultados de la investigación, estos muestran que el discurso en las redes sociales Facebook y Twitter de IKEA España no coincide con el que la empresa realiza a través de otros canales, además la interactividad con los usuarios aún no es suficiente y los contenidos son de escasa calidad y principalmente comerciales.

El número de publicaciones totales lanzadas en las dos plataformas sociales son similares, de hecho se duplican los contenidos en la gran mayoría de los casos. Si bien es cierto que el grado de *engagement* que logra es bastante similar, si se analiza el nivel de participación y las opiniones compartidas, Facebook presenta mayor actividad por

parte de los clientes, único grupo de interés incluido en los mensajes emitidos que son principalmente comerciales.

Respecto a los mensajes referentes a RSC y sostenibilidad, se observa que son prácticamente inexistentes en el periodo temporal seleccionado para el análisis. De hecho, solo se ha detectado uno en cada red, y duplicando completamente el contenido. Por la cantidad de “Me gusta” en Facebook y “Retuits” y “Favoritos” en Twitter, además de los comentarios generados, se percibe un leve interés por parte de los usuarios. En líneas generales, se ha podido constatar la nula existencia de la comunicación bidireccional entre la empresa y los usuarios más allá de aclaraciones a quejas, dudas o información comercial.

La empresa no está aprovechando el potencial que ofrecen las redes sociales para comunicar sobre RSC y crear *engagement* con todos sus grupos de interés, ya que son una herramienta válida para generar un ambiente de confianza y establecer un diálogo con los usuarios, no se valora el potencial de estos medios para acercarse a las expectativas de los *stakeholders*. Un posible motivo es la no implantación de una estrategia sólida en la organización a la hora de gestionar las redes sociales como motor de intercambio de ideas sobre RSC y creador de valor para mejorar la reputación de la marca.

Esto refleja la necesidad de cambiar el modelo de gestión de la comunicación responsable y sostenible a través de la redes sociales, reforzando las posibilidades que estas plataformas ofrecen para conocer a los grupos de interés, sus preferencias, preocupaciones, qué les atrae y cómo se puede establecer un diálogo real con ellos que genere beneficio a todos los niveles, ya que juegan un papel fundamental para construir una relación sólida.

Esta investigación nos ha servido de diagnóstico de la situación. Se podría ampliar la temporalidad de la muestra de estudio y hacer una comparativa de contenidos generados durante un trimestre, semestre o un año. En futuros trabajos de investigación también se podría analizar el resto de canales de comunicación de la empresa para detectar el grado de *engagement* presente en estos medios. Además, se podría aplicar la metodología de análisis de redes para ayudar a identificar las relaciones entre “seguidores” y “me gusta” y establecer así el nivel de compromiso generado teniendo en cuenta otras variables como género o distribución geográfica.

Bibliografía

- Accountability (2005). *De las palabras a la acción. El compromiso con los stakeholders: manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés*. Londres: Instituto de investigación Accountability.
- Burson-Masteller Communications Group (2011). 2011 Fortune Global 100 Social Media Study. Recuperado de http://www.bursonmarsteller.com/Innovation_and_insights/blogs_and_podcasts/BM_Blog/Documents/Burson-Marsteller%202010%20Global%20Social%20Media%20Check-up%20white%20paper.pdf
- Canales, R.A. y Vergara, R. (2013). Propuesta metodológica para el estudio de incubadoras de empresas a partir de los enfoques Análisis de Redes Sociales (ARS) y redes de conocimiento: el caso de las incubadoras de la UAEMex. *Acta universitaria*, 23 (2), marzo-abril 2013, 5-15.
- García, E. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. *El Profesional de la Información*, 20(6), 611-620. Recuperado de http://www.academia.edu/1477639/El_uso_de_Twitter_y_Facebook_por_los_medios_iberamericanos
- Gómez, L. (2012). *Análisis de la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa a través de internet: Una mirada crítica al uso de páginas web y medios sociales corporativos*. Tesis Doctoral, Universitat Jaume I.
- Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement beyond the myth of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 74, 315-327.
- Greenwood, M., y Van Buren, H. J. (2010). Trust and stakeholder theory: Trustworthiness in the organisation–stakeholder relationship. *Journal of Business Ethics*, 95, 425-438.
- Heckadon, D. (2010). Critical Success Factors for Creating and Implementing Effective Social Media Marketing Campaigns. Recuperado de SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1734586>. DOI <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1734586>
- IAB (2014). V Estudio anual de Redes Sociales, *IAB*, abril. Recuperado de <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versi%C3%B3n-reducida.pdf>
- Ihlen, O., Bartlett, J. L y May, S. (2011). Corporate Social Responsibility and Communication. En O. Ihlen, J.L. Barlett, y S. May (Eds.), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (pp.3-22). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Iranzo, A. y Farné, A. (2014). Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(2), 29-50.
- Kamprad, I. (2008). *La historia de IKEA: su fundador cuenta los secretos de la empresa que ha entrado en todos los hogares del mundo*. Barcelona: La esfera de los libros, 2008.
- Kaplan, A. M., y Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kemma, T. (2013). Dialogue, Twitter and New Technology-based firms: the communication practice on a social Medium. Recuperado de <http://su-beta.divaportal.org/smash/get/diva2:629600/FULLTEXT01.pdf;jsessionid=cf4e559c4a22712b67093e831943>
- Kotter, J. P., y Schlesinger, L. A. (1979). Choosing strategies for change. *Harvard Business Review*, 57(2), 106-114.

- Lugo-Morin, D.R. (2011). Análisis de redes sociales en el mundo rural: guía inicial. *Revista de Estudios Sociales*, 38, 129-142.
- Mangold, W.G. y Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52, 357-365.
- Morsing, M. y Roepstorff, A. (2014). CSR as Corporate Political Activity: Observations on IKEA's CSR Identity-Image Dynamics. *Journal of Business Ethics*. doi: 10.1007/s10551-014-2091-1
- Noland, J., y Phillips, R. (2010). Stakeholder *engagement*, discourse ethics and strategic management. A. Lindgreen y V. Swaen (Guest Editors) *International Journal of Management Reviews: Corporate social responsibility*, 12(1), 39-49 (Special Issue).
- O'Riordan, L., y Fairbrass, J. (2014). Managing CSR stakeholder *engagement*: A new conceptual framework. *Journal of Business Ethics*, 125, 121-145.
- Reilly, A.H. y Hynan, K.A. (2014). Corporate communication, sustainability, and social media: It's not easy (really) being green. *Business Horizon*, 57, 747-758.
- Sampedro, V. (2011). Redes sociales. Documento I. Documento de trabajo, 16 de septiembre de 2011.

Biografía

La doctora M^a Jesús Muñoz Torres es Ingeniero agrónomo por la Universidad Politécnica de Valencia (1989), Doctora Ingeniera Agrónomo, especialidad Economía por la UPV (1994). Profesora titular en el área de Finanzas y Contabilidad de la Universitat Jaume I desde 1992 y actualmente catedrática de Economía Financiera y Contabilidad en la UJI (desde 2012). Además de docente en másteres y cursos de especialización, como en el “Máster interuniversitario en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa” de la UJI-UNED y los relacionados con sus temas de investigación, como el “Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo” en el “Modulo de Globalización y Desarrollo Económico” de la UJI. Actualmente su investigación nacional e internacional está centrada en finanzas sostenibles, integración y evaluación de la RSC en las estrategias empresariales, inversión y gestión de carteras de fondos de inversión con criterios de responsabilidad Social, subsidios de capital y eficiencia en términos de sostenibilidad de las empresas y desarrollo turístico integrado. Los resultados de su investigación han sido defendidos en diferentes foros y congresos, y se encuentran publicados en diversos libros y revistas de carácter nacional e internacional. Correo electrónico: munoz@uji.es.

Laura Ibáñez Gallén es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I (2007) y actualmente está compaginando el segundo curso del “Máster interuniversitario en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa” de la UJI-UNED con un Master of Business Administration-MBA en la UJI. Becaria de investigación en el grupo SoGRoS-MF, dedicado a la investigación de la Sostenibilidad de las organizaciones y Gestión de la responsabilidad social - Mercados Financieros, cuenta con experiencia profesional y formación complementaria en marketing y comunicación tanto en el ámbito público como privado. Sus líneas de investigación se centran en la gestión de la responsabilidad social corporativa, códigos de conducta, gestión de los *stakeholders management*, información y comunicación de la RSC, relaciones con la sociedad, gestión sostenible y responsable de empresas. Correo electrónico: ibanezl@uji.es.

Publicidad social y estrategia persuasiva. Un estudio de contenido de las campañas contra el castigo físico a menores en España

Social advertising and persuasive strategy. A study of contents of the campaigns against physical punishment to children in Spain

Ana Rosser Limiñana, Universidad de Alicante

Resumen

Introducción: El castigo físico a los menores ha sido una práctica habitual en el repertorio de pautas educativas de los padres y madres españoles, aunque su aceptación haya ido descendiendo en los últimos años. Organismos como Naciones Unidas, UNICEF, o Save the Children han alertado sobre los riesgos de esta práctica y la necesidad de desarrollar una legislación para su erradicación. En esta línea, la Ley 54/2007 eliminó el último resquicio legal que permitía a los padres utilizar el castigo físico. Sin embargo, tras los cambios legislativos descritos más arriba, se ha abierto un amplio debate mediático en España que hace realmente necesario un marketing social dirigido a sensibilizar a la población en la inconveniencia del uso del castigo físico y, a su vez, dotar a los padres y profesionales de conocimientos suficientes respecto de otras estrategias adecuadas de corrección de la conducta.

Objetivo: El objetivo de este estudio es evaluar las campañas publicitarias realizadas en España para sensibilizar a la población sobre los efectos negativos del castigo físico a los menores desde 1999 a la actualidad.

Método: tras la búsqueda documental, se realiza una ficha de las campañas seleccionadas con los elementos elegidos para lanzar la campaña: promotor, objetivo, medio de difusión, metodología, ámbito, público objetivo, etc. Asimismo, se realiza un análisis de contenido: tono de la comunicación, personajes, recursos visuales, colores, narrador, etc.

Resultados: Tras el análisis de la información, se considera que las campañas tienen un contenido adecuado, pero las respuestas de la población a los cambios legislativos indican que estas no llegan en suficiente medida al público objetivo.

Conclusiones: Se considera necesario potenciar el desarrollo de campañas de este tipo a través de los medios de comunicación, para darles una mayor difusión que permita mejorar su alcance y su efectividad, convirtiéndose en un verdadero instrumento de prevención primaria.

Palabras clave:

Castigo físico; marketing social; campañas publicitarias; estrategias de comunicación; sensibilización.

Abstract

Introduction: Although physical punishment to children is less and less accepted, it has been considered as a usual practice in the educative patterns of Spanish parents. Organizations as United Nations, UNICEF or Save the Children have warned about their risks and about the need to develop legislation for their eradication. In this sense, the 54/2007 Law eliminated the last legal possibility for parents to use physical punishment. However, after legislative changes, a broad discussion in the Spanish media has started making evident the necessity of a social marketing aimed at, on the first hand, increasing awareness of population about the inconvenience of using physical punishment and, on the other hand, offering to parents and professionals enough knowledge on alternative strategies to correct the behaviour.

Objective: The aim of this study is to assess the advertising campaigns made in Spain to make people aware of negative effects of physical punishment from 1999 until now.

Method: After the documental research, a file card of each campaign was prepared including the elements chosen by the publicist for launching the message: promoter, aim, the media, methodology, field, target, etc. Moreover, a content analysis was made including: communication tone, characters, visual resources, colours, narrator, etc.

Results: After analysing the information, it is concluded that the campaigns have a correct content, but reaction of population to legislative changes demonstrates that they are not reaching sufficiently their targets.

Conclusions: It is necessary to strengthen the development of this kind of campaigns through the media to give them a bigger spreading in order to increase their scope and effectiveness. This way they will become a real primary prevention tool.

Key words:

Physical punishment; social marketing; advertising campaigns; communication strategies; awareness.

Agradecimientos

Este trabajo forma parte del proyecto “PUNISH-ER. Eradication of the use of physical punishment on children within family and institutions” (JUST/2010/DAP3/AG/1337), financiado por la Iniciativa Daphne de la Unión europea, en el que participaron Reino Unido, Italia, Alemania, Polonia, Estonia y España.

Biografía

Ana María Rosser Limiñana. Doctora en Psicología y profesora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante, donde coordina el Grupo de investigación en *Intervención psicosocial con familias y menores* (IPSIFAM) y dirige el título propio de postgrado en *Infancia y juventud en riesgo social*. Cuenta con numerosos trabajos y contribuciones a congresos y seminarios sobre maltrato infantil, violencia de género, protección a la infancia, acogimiento y adopción, jóvenes infractores, etc. Ha participado en proyectos nacionales y europeos sobre estos temas. Correo electrónico: ana.rosser@ua.es.

Campanhas Sociais nos *media*: O Outubro Rosa em revistas de beleza e moda portuguesas

Social Campaigns on the media: The Pink October in Portuguese beauty and fashion magazines

Margarida Ladeira, Université Phantéon-Assas (Paris II)

Resumo

Há muito que já se entendeu o papel dos *media* na formação da opinião pública, como possível ator promotor da mudança, incentivando a opinião pública e ajudando a definir temas quentes, aos quais se dá atenção, e temas que se perdem pelo caminho. Entre os conceitos de *agenda-setting*, de *watchdogs*, ou de quarto poder numa democracia, várias vozes se levantam pela defesa de um jornalismo cívico, ativo. Neste sentido, as organizações de trabalho social, comunitário, sem fins lucrativos (fundações, associações, ONG, entre outras), deveriam poder contar com o apoio dos *media* para sensibilizar, consciencializar, promover a divulgação de atividades, serviços, campanhas, ou até mesmo angariar recursos, humanos ou financeiros. *Media* e organizações poder-se-iam juntar no caminho pela informação e educação da sociedade, enquanto promotores da mudança social, numa simbiose de caminhos e posturas; como parceiros na busca por uma sociedade mais informada, mais consciente, mais solidária e mais cidadã. É nesta “parceria”, à primeira vista natural e profícua, que nos pretendemos ater, procurando observar o espaço que determinadas campanhas de consciencialização social terão nos órgãos de comunicação social, na agenda jornalística, decidindo focar-nos num tema específico, a luta contra o cancro da mama, em revistas de moda e beleza, ditas femininas, portuguesas ou na versão nacional de outras, estrangeiras. A escolha do *corpus* recaiu no facto de serem revistas direcionadas principalmente a mulheres, o grupo mais afectado pelo cancro da mama e no qual se focam, maioritariamente, as campanhas de consciencialização, prevenção e informação e até de angariação de fundos. A especificidade pelas revistas de moda e beleza advém do facto de serem mensais e pensadas para uma faixa etária abrangente, mas normalmente mais para mulheres com uma formação académica e profissional e um poder socioeconómico mais elevados. Além disso, este tipo de revistas reúnem mais consenso em termos de credibilidade do que outras, como as de celebridades e fofocas. Procuraremos verificar, então, a incidência do tema nas páginas de seis revistas no “mês pela prevenção do cancro da mama”.

Palavras chave

Jornalismo cívico; Outubro Rosa; campanhas sociais; ONG; revistas femininas.

Abstract

For several decades now, we have understood, studied and read about the role of media in the formation and creation of public opinion tendencies. Media promotes and influences public discussion, choosing, in a certain way, which issues are considered hot and interesting, and which are forgotten. Using concepts and paradigms like the importance of journalists in agenda-setting, on their value as watch-dogs or even as the fourth power in a democracy, several voices have risen for a more active, compromised and civic journalism. At the same time, and considering this side of journalism and media, the social organizations, like charities, non-profits, NGOs, community associations, foundations with a social goal, among others, should use and count on media on their mission of social improvement and increasing solidarity and

citizenship, by raising awareness collectively, promoting campaigns, activities and services. They could also provide considerable support on fund raising and volunteers recruitment, essential to social and community work's success. Media and social organizations could join in the goal of informing and educating the whole society about several social and public interests. Both media and organizations, together as promoters of social change, in a symbiosis state concerning paths and attitudes, could be partners in a fight for a more conscious, caring, social and cohesive society. It is on this supposedly natural and fruitful "partnership", that we want to focus this article, aiming to analyze the space and importance given to social campaigns in the media, focusing on a specific theme, the fight against breast cancer, on six beauty and fashion magazines, also considered as feminine press, that were published in October. We chose this corpus as these magazines are mostly targeted for women, the group worst affected by breast cancer and at which several awareness, prevention, information and fund raising campaigns are addressed. The choice of beauty and fashion magazines was due to the fact that they are monthly editions, focusing, therefore, on October, breast cancer awareness month, internationally recognized, totally thought for women of several ages but, usually, with a superior academic and professional background or/and, normally, higher socioeconomic capacity. In addition, they gather more consensual credibility than other feminine press like tabloids or celebrity magazines. We will, therefore, analyze the incidence of this particular theme, campaigns and activities, more active in October around the world, on the pages of six Portuguese (or Portuguese versions) magazines on Pink October.

Keywords

Civic Journalism; Pink October; social campaigns; feminine press; NGOs.

Introdução

Quando pensamos em campanhas sociais, em iniciativas de sensibilização, de angariação de fundos, para uma dita "causa maior", de interesse da comunidade, promovida por uma organização ou até mesmo por uma empresa tendo em vista a sua responsabilidade social, à partida não nos parece questionável o seu carácter atrativo nos *media*. Sendo estes ainda os grandes veículos de informação, e numa era em que se advoga e promove o jornalismo cívico, o jornalista, como o quarto poder da sociedade, terá ao seu alcance uma forte arma para divulgação de campanhas das organizações não-governamentais, associações sem fins lucrativos e qualquer outra que promova o desenvolvimento social. Seja através da sensibilização, da consciencialização ou até da angariação de fundos, os *media* podem, como tal, ser os grandes aliados da mudança ambicionada por vários grupos que trabalham questões sociais e comunitárias, na maior parte das vezes sem fundos para grandes campanhas de marketing ou publicidade. Afinal, o que não é o jornalismo cívico, público, se não essa vontade de aproximar jornalismo e comunidade, partilhando agendas que se cruzam e se complementam para promover uma sociedade mais informada, ativa e cidadã?

Por isso, e para observarmos até que ponto é que esta simbiose entre *media* e assuntos sociais é real, decidimos observar atentamente as páginas de seis revistas femininas portuguesas, nas suas edições de Outubro de 2014, mês internacionalmente dedicado à luta contra o cancro da mama, tema de especial interesse para as mulheres, as suas principais leitoras. Sem nos determos apenas nas peças jornalísticas, anotámos a existência de qualquer alusão ao tema, fosse em formato de grande reportagem, entrevista, breve ou até publicidade. Pretendíamos, com isto verificar esta parceria entre o jornalismo e os assuntos sociais, promovidos por organizações como o Laço ou a Liga Portuguesa contra o Cancro, observando, por um lado, se são temas efetivamente considerados de valor jornalístico, por outro se há um esforço pela promoção das organizações e das suas iniciativas, de grande importância social.

1. Jornalismo cívico e as ONG

Enquanto modelo de jornalismo responsável, o jornalismo cívico surge, então, no final do século passado, como alternativa à “tribo jornalística” (Traquina, 2004) refém de rotinas e critérios que gerem a atividade, desde a recolha da informação até à publicação de determinadas notícias. Para a promoção de uma objectividade que envergam como meta última de um jornalismo transparente e imparcial, tudo se quer definido na construção da notícia, inclusive os valores-notícia de determinado acontecimento, pelos quais uma informação deve ou não ser trabalhada e publicada. Mesquita (2004) chama-lhe “espartilho e um limite à liberdade criativa” dos profissionais, além de ser considerada um limite ao exercício de cidadania.

Além disso, “a organização jornalística funciona dentro de um ciclo temporal” que “impõe limites na natureza das notícias” (Traquina, 2004: 78), e os jornalistas – “membros de uma cultura cronometrada” (Schlesinger *apud* Traquina, 2004: 79)– têm de adicionar aos valores-notícia, como proximidade ou relevância, as questões de *timing* impostas pelas redações e empresas, que, na maior parte dos casos, têm objectivos claros, económicos, a cumprir. Por isso, o que não é atrativo e impulse a venda da informação, o lucro, acaba por ser, muitas vezes, descartado. É o que acontece frequentemente com as iniciativas sociais de organizações, ou com assuntos que exijam mudanças na sociedade, que podem de certa forma incomodar.

Neste contexto, novas vozes surgem em prol de um jornalismo mais próximo da comunidade, que adopte uma abordagem mais educativa e participativa, deixando de

lado o rigor da eterna busca por uma neutralidade e objectividade, para muitos, impossíveis. Lembra-nos Traquina, que “o poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas, e também dos donos das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria” (Traquina, 2005: 208). Trazer o debate de assuntos políticos e sociais, que definem estratégias e pautas políticas para toda a sociedade, para o público, introduzindo-a o processo e dotando-a de informações para que possa ser ativa, comprometida e consciente do seu papel, também poderá partir pela colaboração com outros agentes sociais, cuja missão e atividade os colocam diretamente ligados à população.

Atualmente, a maioria das ONG (e aqui poderíamos alargar o leque a todas as organizações sem fins lucrativos), não tem um poder económico que permita um gasto considerável em publicidade ou compra de espaço nos *media*. Eles sobrevivem com fundos e financiamentos externos, que lhes são atribuídos para projetos específicos, pontuais, de apoio ao desenvolvimento social e/ou humanitários e raramente contemplam gastos administrativos correntes. Por muito que elas saibam que estes ainda são, sem dúvida, os veículos preferenciais de informação e que a sua ajuda na divulgação faria, muitas vezes, a diferença, não têm como competir nem com as empresas que financiam os *media*, nem com outros assuntos, mais polémicos, mais aliciantes, mais rentáveis.

Além disso, aliado a um certo desinteresse dos *media* nas organizações humanitárias e em muitos assuntos de escopo social, os gastos das organizações noutras áreas que não o apoio a populações carenciadas pode ser visto como supérfluo. A comunicação tem um custo, o que levanta a questão da sua rentabilidade junto dos dirigentes (Juhem, 2004: 219). A parceria com uns *media* que entendam que “o jornalismo não pode oferecer apenas o que é interessante, mas, sobretudo, o que é importante para os cidadãos” (Traquina, 2005: 210), seria, portanto, essencial neste panorama de escassos recursos, nos quais opera a maioria destas organizações. Não apenas ajudaria a trazer reconhecimento e recursos para as organizações e as suas missões, já que chamaria a atenção para determinados problemas sociais, como também contribuiria para a disseminação de informação, para a sensibilização, para a consciencialização da sociedade.

2. O PinkOctober/Outubro Rosa

A associação da cor do laço rosa ao mês vem desde o final do século XX, quando várias organizações, pessoas e marcas, nos Estados Unidos, se voltaram para a promoção da informação e sensibilização contra o cancro da mama e/ou pela angariação de fundos destinados à pesquisa científica em busca da cura. Ainda nos anos oitenta, desenvolveu-se o programa do “Mês nacional de consciencialização para o cancro da mama” (National Breast Cancer Awareness Month, NBCAM), para alertar para a “importância da detecção precoce do cancro da mama através de uma campanha por todo o país no mês de Outubro” (ACS, 2015), concentrando-se, em 1985, numa semana com apenas dois membros fundadores. “Hoje em dia, a AmericanCancerSociety é uma de várias organizações de serviço público, associações profissionais, e agências governamentais que formam o quadro de patrocinadores do NBCAM” (ACS, 2015) e que desenvolvem as campanhas de sensibilização no mês de Outubro. Atualmente, a iniciativa estendeu-se a outros países e é seguro afirmar que o mês passou a internacionalmente dedicado a iniciativas de consciencialização para o cancro da mama.

O rosa associou-se à luta mais tarde, já nos anos 90, quando a Susan G. KomenBreastCancer Foundation decidiu distribuir laços rosa a todos os participantes na Corrida pela Cura de Nova Iorque, inspirando-se na distribuição de laços tom de pêssego por Charlotte Hayley, sobrevivente da luta contra a doença, na sua campanha pelo aumento da percentagem do orçamento público em prol da prevenção do cancro (PinkRibbon, 2015). Mas foi com a empresa de EvelynLauder, vice-presidente das empresas da EL e fundadora da Breast Cancer Research Foundation, a Estée Lauder Cosmetics, e Alexandre Penney, da revista SELF, que o Laço Rosa ganhou a forma de símbolo da luta contra o cancro da mama.

Internacionalmente, tanto a definição do mês de Outubro como mês dedicado à informação, prevenção e sensibilização, quanto o laço rosa foram adoptados, intensificando-se iniciativas “rosas” nesse período. Em Portugal, organizações como o Laço ou a Liga Portuguesa contra o Cancro, entre outras, aproveitam a oportunidade para promover, anualmente, a mudança social, em prol da prevenção e detecção precoce, especialmente junto do público feminino.

3. Análise das seis revistas

Reconhecendo a relevância da sensibilização para a prevenção do cancro da mama por parte de várias fundações e associações nacionais e internacionais, decidimos observar se, em Outubro, seis revistas femininas aproveitaram para introduzir a questão nas suas páginas. Escolhemos revistas direcionadas primordialmente a mulheres, público-alvo preferencial de ações de prevenção à doença, facilmente verificado nas várias campanhas, como caminhadas, corridas ou mesmo venda de produtos, por considerarmos que poderiam ser a que mais destaque dariam ao tema. Queremos observar a existência (se possível) dessa parceria com as organizações, espelhada nas páginas das revistas em estudo. Sendo a prevenção do cancro da mama extremamente importante na sua cura, as organizações procuram disseminar estratégias, comportamentos e métodos para a descoberta precoce do problema. É inegável a relevância destas ações para combater o flagelo e mudar mentalidades menos atentas. Mas será que o nosso *corpus* segue por esse caminho?

Escolhemos revistas dedicadas a beleza e moda, principalmente, excluindo outras mais voltadas para *faitdivers* ou celebridades. Queríamos ver a existência de artigos de fundo, reportagens patrocinadas pelas revistas que refletissem o seu papel social. Por isso, e tendo em conta as opções no mercado português, optámos por analisar as revistas *Máxima*, *Vogue Portugal*, *Luz Woman*, *Cosmopolitan Portugal*, *Activa e Happy*. Passemos portanto aos resultados.

Analisámos a edição número 144, Outubro de 2014, da revista *Vogue Portugal*. Conhecida pelo nome que tem no mundo da moda, especialmente, a *Vogue* foi, entre esta amostra de seis revistas femininas, a que mais atenção deu ao tema, fazendo referência ao artigo correspondente na capa e dando-lhe espaço nas suas páginas.

Na “cara” da revista, onde encontramos o rosa como cor de destaque, tanto pela roupa da modelo, quanto pelas várias chamadas a artigos da edição, há imediatamente referência à reportagem alusiva ao tema, intitulada “Combater o cancro através da alimentação”. A posição à esquerda e em cima pode denotar a importância dada à questão, uma vez que os olhos são imediatamente direcionados para o destaque, logo abaixo do título. Quando folheamos a revista, apercebemo-nos que o tema acaba por estar presente em várias secções, de formas diferentes. Dentro da secção *Beleza*, na categoria *Saúde*, encontramos o artigo destacado, de duas páginas (páginas 98 e 99), sobre a importância da relação entre o que comemos e a doença. Fazendo referência à

Liga Portuguesa contra o Cancro, o artigo foca uma vertente preventiva, de informação e sensibilização para condutas apropriadas de comportamentos alimentares. No final do artigo, um pequeno quadro apresenta várias curiosidades referentes ao tema, anunciando algumas ações que a Liga fará em Outubro enquanto “mês internacional de prevenção do cancro da mama”, sem contudo especificar o “conjunto de iniciativas que visam a sensibilização”. Refere, brevemente, a ação do Holmes Place e a campanha nas redes sociais pela partilha de experiências da Estée Lauder, bem como o apoio monetário dado na compra de produtos da marca de cosméticos com o laço rosa. Ainda em jeito de curiosidade, sugere três livros e apresenta alguns *links* de interesse, para quem quiser informar-se mais sobre o assunto. A caixa, contudo, é muito pequena, no fundo da página, com demasiada informação vaga, o que acaba por retirar destaque às curiosidades, iniciativas e campanhas apresentadas.

Mais à frente, na secção Especial, na categoria Acessórios, encontramos um artigo de página e meia intitulado “Causa Maior” (páginas 122 e 123), sobre a união de Tommy Hilfiger e Naomi Watts pelas mulheres com cancro da mama. Numa entrevista à atriz, ficamos a saber que o apoio da marca à causa já dura há oito anos e, em 2014, Naomi Watts foi escolhida como a cara da campanha que recolhe fundos para a Breast Health International (BHI), através da venda de uma carteira de edição limitada criada pelo estilista norte-americano. Citando Hilfiger, a revista apresenta ainda o objectivo social desta ação: “alertar a população feminina para o cancro da mama; angariar fundos e criar um impacto positivo na vida de todas as que lutam contra esta doença”. Mas a jornalista não fica apenas pelo lado mais comercial da ação, pelo contrário, além de especificar quanto é que da venda da carteira reverte para donativo, preocupa-se inclusivamente em procurar dar a conhecer a ação e missão do Fund for Living, que merece um destaque de citação no topo da segunda página. A considerar há ainda o facto de, numa entrevista de cinco perguntas à atriz, três focaram os objectivos da parceria, as razões pelas quais Naomi Watts apoia esta campanha e como corre esta colaboração. Um ângulo focado na divulgação de informação útil e prática sobre uma organização social e a sua campanha em prol da luta contra o cancro. A escolha das fotografias também revela uma preocupação com a associação e a causa e não apenas um foco simples na actriz; ao dar destaque, ao mostrar a directora da associação ao lado de Naomi Watts, a/o jornalista (artigo sem assinatura, provavelmente por ser da Vogue Internacional e não uma produção nacional) apresenta um texto que se foca, realmente, na causa maior que lhe dá o título.

Na edição de Outubro da revista *Máxima*, a número 313, há apenas uma pequena referência à questão na secção *Check In*, com os “imperdíveis” do mês, na página 32. Numa simples foto com legenda, o quarto produto que não se pode, segundo a revista, perder, será o estojo rosa da campanha pela luta contra o cancro da mama com batom e vernizes da Estée Lauder, cujas vendas auxiliarão financeiramente a Liga Portuguesa contra o Cancro.

A revista *Lux Woman* (Edição número 163) opta por um olhar mais comercial sobre o assunto. Apesar do uso do tom rosa na capa do mês e de uma página dedicada à conjugação de peças rosas, que tendemos a questionar se não passará de coincidência, não há qualquer artigo ou mesmo breve sobre a luta contra o cancro da mama ou iniciativas de organizações em prol do tema. Pelo contrário, as duas páginas onde o encontramos são publicidade inteira de eventos de empresas que provavelmente compraram o espaço. Uma, na página 60, divulga a *Zumba Fitness Party*, evento do *Holmes Place* para apoiar a organização *Laço*, no fim de Outubro. A segunda (página 74) publicita a campanha de prevenção do cancro da mama “*Juntos Somos Mais Fortes*”, das empresas Estée Lauder, que promove a partilha de histórias através do *site BCACampaign.com*, bem como a divulgação de informação e o apoio à investigação científica pela prevenção e cura da doença.

A edição de bolso nº 270 da *Cosmopolitan*, versão portuguesa da conhecida revista internacional, publicou, à semelhança da *Vogue*, um artigo sobre o cancro da mama. Apesar de não haver qualquer referência à reportagem na capa, que tem, contudo, alguns pormenores em rosa, o editorial (página 8) acaba por partir de uma reflexão sobre a “grande lição de vida” que é a luta das pessoas com a doença e como a beleza ou a moda podem servir de pequenos prazeres da vida, importantes para uma mulher lidar com o cancro. Mais à frente, nas quatro páginas (58-61, na secção “*Vida Real*”) de uma reportagem intitulada “*O cancro foi a minha cura*”, lemos, em primeiro lugar, sobre a luta de Vânia Castanheiro, que ultrapassou o cancro aos trinta ajudando os outros. Com a sua experiência publicou um livro que ganha um destaque numa caixa rosa, no topo da segunda página. Numa segunda parte, os números da Liga Portuguesa contra o Cancro e a partilha de informação pelo oncologista Luís Costa, a reportagem assume um papel de sensibilização e consciencialização. Num tom mais informativo, escreveu-se sobre fatores de risco, a detecção e o tratamento e os sinais e sintomas, três subtítulos em destaque. Numa caixa, partilham-se brevemente casos de celebridades sorridentes que sobreviveram ao flagelo e, imediatamente abaixo, uma outra caixa rosa

dirige-se diretamente às leitoras a lutar contra a doença, partilhando as palavras de incentivo do médico entrevistado para a reportagem. O laço rosa, símbolo do combate à doença, aparece nas mãos de Vânia Castanheiro, num conjunto de fotografias com tom otimista e alegre.

Ao longo da revista, encontramos outros apontamentos que nos remetem ao tema. Na página 31, encontramos a publicidade da campanha das empresas Estée Lauder “Juntos somos mais fortes”, como vimos na Lux Woman. Três páginas à frente, na secção de beleza, subsecção Bazar, a foto do estojo de unhas e lábios da Colecção Dream Pink de Evelyn Lauder e Elizabeth Hurley, da Estée Lauder, embelezado com o famoso laço rosa, cuja fama se deve à marca de cosméticos, vem acompanhada por uma pequena explicação da campanha de consciencialização e de angariação de fundos, através da qual 20% do preço do produto vão para o Breast Cancer Research Foundation (BCRF) e, em Portugal, para o Movimento Vencer e Viver. Sabemos ainda, nesse parágrafo, que podemos apoiar a fundação de investigação partilhando uma foto ou mensagem para a hashtag da campanha e, com isso, a empresa dar-lhe-á um dólar.

Para terminar, na Agenda da revista, é-nos apresentada ainda, como possível iniciativa a participar, a Zumba Fitness Party do Holmes Place, ação que ajudará financeiramente a organização Laço, em prol da luta contra o cancro da mama.

A edição número 287 da revista Activa, apesar de contar com uma secção de Saúde, faz uma breve, muito vaga, alusão às iniciativas terceiras em prol da luta contra a doença, na secção Top Tendências na página 31, que apresenta produtos e restaurantes “na moda”. Refere, num parágrafo reduzido, três acções “Por uma boa causa” de marcas diferentes; A Zumba Fitness Party do Holmes Place, de dia 25 de Outubro, a *t-shirt* lançada pela Swarovski, cujas receitas reverterão para a causa e as campanhas da empresa Estée Lauder, tanto nas redes sociais, através do site BCACampaign.com, quanto pela venda dos produtos com o laço rosa. Há ainda a referência que uma percentagem das vendas irá, em Portugal, para o Movimento Vencer e Viver.

A revista Happy nº 104, por sua vez, não tem nas suas páginas qualquer referência ao tema, nem a iniciativas de terceiros, nem mesmo páginas de publicidades pagas com campanhas pela luta contra o cancro da mama.

Conclusões

Apresentando os resultados em jeito de conclusão, observámos que, das seis

revistas, apenas duas aproveitaram o tema para apresentarem artigos com informação útil e de divulgação de campanhas. As organizações, que fazem de sua missão o combate à doença, acabaram por aparecer timidamente, não assumindo, em alguma delas, um papel de destaque que denotaria uma parceria.

Podemos, então, inferir que a ligação entre organizações com fins sociais e os *media* poderá, nem sempre, ser a mais óbvia, por muito que as suas missões se cruzem num determinado ponto. Ambos procuram uma sociedade mais informada, consciente, cidadã, capaz de reconhecer necessidades de mudança e de encetar esforços nesse sentido. Contudo, na mesma medida em que as organizações nem sempre têm recursos financeiros para grandes campanhas mediáticas, emblemáticas, como as empresas têm (e por isso a compra dos espaços nas revistas em análise sempre pelas mesmas – Holmes Place e Estée Lauder Cosmetics–), os *media*, atualmente, enquanto empresas, também são obrigados a ser rentáveis e a assumir uma lógica comercial que, se necessário, colocará assuntos sociais em segundo plano, podendo até excluí-los das suas páginas. Tal significa a separação de associações, de missões sociais, de fins ligados a “causas maiores”, para usar o termo de uma das revistas, se estas não forem vender, ou pelo menos venderem menos aos seus leitores do que outros assuntos, desligados da promoção do desenvolvimento e/ou mudança social, pelo bem-estar de toda a sociedade.

As organizações, na sua maioria, não têm margem orçamental para pagar a publicidade das suas ações nas páginas de revistas como estas, daí que, em todas as revistas, as iniciativas que mereciam um espaço completo de publicidade fossem, invariavelmente, as de empresas que apoiam a causa, nomeadamente o Holmes Place e a Estée Lauder. Em nenhuma encontramos uma página de divulgação de iniciativas por parte de organizações como o Laço ou a Liga Portuguesa contra o Cancro, por exemplo, à semelhança do que acontece com as duas empresas. Por mais que houvesse, na maioria das revistas, a divulgação de algumas iniciativas, não poderemos deixar de referir que esta teve, na sua maioria, uma abordagem comercial, atraindo o leitor para as duas empresas, vendendo, ao mesmo tempo, de um lado o ginásio, do outro, os produtos de cosmética.

Por outro lado, a doença, neste caso, por mais que reúna, em si, vários valores que segundo autores como Traquina a tornariam elegível a ser notícia, poderá, mesmo assim, não ser atraente para revistas com um tom mais lúdico e leve, direcionadas a um público feminino adulto, mas mais jovem, menos formado e, quem sabe, menos atento e

consciente, como é, por exemplo, a Happy. Uma revista como a Vogue, mais cara, que atrai um público mais velho, com um nível socioeconómico superior, será por isso um veículo preferencial para temáticas mais profundas e complexas, que impliquem uma outra seriedade nas suas páginas. O facto de ter um cunho internacional obedece inclusivamente a outras normas e exigências de padronização que tornam assuntos globais, em agendas globais, como este, publicáveis.

É, portanto, de sublinhar que a relação dinâmica que poderá haver entre organizações e *media*, no geral, não foi encontrada na nossa análise. Mesmo nas revistas que não esqueceram o mês dedicado ao combate do cancro da mama, o que encontramos sobre as associações sem fins lucrativos e fundações para a investigação partiu sempre de outras iniciativas, quer de marcas como o caso da edição limitada da Tommy Hilfiger, ou de experiências, como o lançamento do livro de Vânia Castanheiro, ou até mesmo das páginas de publicidade, nas quais estas apareciam como receptáculos do apoio, como o caso do Laço na Zumba Fitness Party do Holmes Place. Em revista alguma encontramos a ação de uma associação ou organização social como destaque principal.

Manoff (2009) relembra que “as tecnologias, instituições, normas e práticas dos *mass media* constituem uma das forças fundamentais que moldam a vida dos indivíduos e o destino de populações e nações”. Num contexto de crise económica e empobrecimento da população, as organizações de apoio social sem fins lucrativos são cada vez mais, agentes ativos e essenciais na colmatação de necessidades das quais o Estado se distancia. Cabe a ambos chamar a atenção da sociedade para determinadas questões sociais, de saúde, ecológicas, de cidadania, entre outras, que contribuam para um futuro diferente. Há que encontrar, por isso, formas de colaboração que, pelo que vimos na nossa análise, talvez ainda não seja a norma.

Bibliografia

- ACS (American Cancer Society) (2015). National Breast Cancer Awareness Month. Disponível online em <http://www.cancer.org/cancer/breastcancer/moreinformation/national-breast-cancer-awareness-month>.
- Juhem, P. (2004). Parler ici des malheurs lointains: Les nécessités desénoncés humanitaires et leurs effets sur la constitution des angles journalistiques. In J. Simeant & P. Dauvin (dirs). *ONG et Humanitaire* (pp 213-253). Paris: L’Harmattan.

- Manoff, R. (2009). The Media's Role in Preventing and Moderating Conflict, in United States Institute of Peace. Disponível online em <http://www.usip.org/virtualdiplomacy/publications/papers/manoff.html>.
- Mesquita, M. (2004). *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Pink Ribbon International (2015). History. Disponível online em <http://www.pinkribbon.org/About/History.aspx>.
- Traquina, N. (2004). *A Tribo Jornalística: Uma Comunidade Transnacional*. Lisboa: Notícias Editorial.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. v.1, 2ª ed. Florianópolis: Insular.

Biografia

Margarida Ladeira é, actualmente, doutoranda de Ciências da Informação e Comunicação da Université Panthéon- Assas (Paris II). Tem Mestrado em Comunicação e Jornalismo e é licenciada em Relações Internacionais, ambos pela Universidade de Coimbra. Além de se interessar pelo papel do jornalismo enquanto agente activo e responsável na sociedade, trabalha principalmente a comunicação das organizações sem fins lucrativos e a importância mediática dos assuntos sociais. Email: amargarid@gmail.com.

La percepción de los *stakeholders* de la Universidad Jaume I sobre las memorias de sostenibilidad como herramienta de comunicación

The perception of the Jaume I University's stakeholders about sustainability reports as a communication tool

Lucía Bellés Colomer, Universitat Jaume I
María Ángeles Fernández Izquierdo, Universitat Jaume I

Resumen

La preocupación por los impactos económicos, sociales y ambientales de la actividad empresarial, ha llevado a las empresas a adoptar una gestión basada en criterios de responsabilidad social y comunicarla mediante la publicación de memorias de sostenibilidad, con el objetivo de transmitir que el logro de beneficios económicos es compatible con la sostenibilidad.

Las universidades juegan un papel fundamental en la transmisión de valores y conocimientos para conseguir un futuro sostenible, por lo que deberían ser un ejemplo de entidades sostenibles y socialmente responsables.

Este trabajo pretende contribuir al conocimiento de los *stakeholders* internos de la Universidad Jaume I, con el fin apoyar la incorporación de la Responsabilidad Social en la universidad y mejorar su comunicación. El objetivo general de la investigación ha sido realizar un análisis de los grupos de interés internos de la Universidad Jaume I, mediante una metodología de tipo cuantitativo, para conocer sus necesidades, expectativas y percepciones con respecto a la gestión de la universidad desde un punto de vista sostenible y responsable, y poner de manifiesto si existe la necesidad de elaborar una memoria de sostenibilidad, como herramienta de comunicación con estos grupos de interés.

Los principales resultados que se extraen de este trabajo son que existe un alto grado de conocimiento del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) entre la comunidad universitaria y, asimismo, esta muestra buena predisposición hacia la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Por otra parte, se demuestra la necesidad, tanto de mejorar la formación en temas de RSC, como de aumentar la calidad y la cantidad de información que la Universitat Jaume I publica sobre temas relacionados con su responsabilidad social. Por consiguiente, sería muy recomendable que la Universitat Jaume I se implicara más en la Responsabilidad Social, tanto a nivel de gestión de la organización, como en la formación que ofrece y en la información que publica.

Palabras clave

Responsabilidad social; universidad; *stakeholders*; memoria de sostenibilidad; comunicación.

Abstract

The concern about economic, social and environmental impacts of business activity, has led companies to adopt a management based on social responsibility criteria and to communicate by publishing sustainability reports, in order to convey that achieving benefits is compatible with sustainability.

Universities play a key role in the transmission of values and knowledge to achieve a sustainable future, so that they should be an example of sustainable and socially responsible entities.

This work aims at contributing to the knowledge of the internal stakeholders of the Jaume I University, for the purpose of supporting the incorporation of social responsibility in the university and to improve their communication. The general objective of the research was to conduct an analysis of internal stakeholders of the Jaume I University, using a quantitative methodology, in order to know their needs, expectations and perceptions regarding the management of the university from a sustainable and responsible way, and find out if there is a need to develop a sustainability report.

The main results drawn from this work are that there is a high level of knowledge about the concept of CSR among the university community and, also, this shows willingness to the CSR. Moreover, the need for better training in CSR issues and to increase the quality and quantity of information that Jaume I University publish on topics related to social responsibility, is demonstrated. Therefore, it would be highly recommended the Jaume I University become more involved in Social Responsibility, both at the management level of the organization, and the academic training offered and the information it publishes.

Keywords

Social responsibility; university; stakeholders; sustainability report; communication.

Introducción

Si entendemos la responsabilidad social desde la perspectiva de la gestión de impactos (Vallaey, 2006; Larrán y López, 2009), la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se ha de concebir como un estilo de dirección integral basado en la gestión de los impactos de carácter humano, social, ambiental y de gobernanza que la actividad de la organización genera y por los cuales se ven afectados un conjunto de individuos o instituciones, denominados grupos de interés o *stakeholders* (Freeman, 1984).

Muñoz et al. (2010) sugieren que la incorporación de la responsabilidad social en las universidades ejercería una influencia positiva, tanto en la gestión interna de la organización como en la mejora de sus relaciones con sus grupos de interés. Por otra parte, Núñez y Alonso (2010) consideran que el modelo de dirección y gestión de la RSU se debe asentar sobre la consideración de las necesidades y expectativas de los *stakeholders* en el proceso de toma de decisiones.

Así pues, conocer quiénes son los *stakeholders* de la universidad y qué necesidades y expectativas presentan, deberá ser el paso previo a la incorporación de la responsabilidad social en la universidad.

La Universidad Jaume I tiene implantado, desde hace más de quince años, el modelo EFQM de calidad, lo que le proporciona una infraestructura de información y gestión adecuada para poder incorporar la responsabilidad social universitaria en su

estrategia institucional. También ha conseguido el Sello de Oro de Excelencia Europea 500+ por la gestión de la calidad que lleva a cabo en todos los ámbitos de su actividad, tanto el docente e investigador como el cultural y el de gestión; además, a través de su página web, informa sobre aspectos económicos, sociales y ambientales de la universidad. Sin embargo, todavía no ha dado el paso de integrar en su estrategia institucional la responsabilidad social y de realizar el reporte mediante una memoria de responsabilidad social.

Por ello, la Universitat Jaume I, como paso previo a la incorporación de la RSU en su gestión, ha identificado a sus grupos de interés y ha realizado una investigación para conocer cuáles son sus necesidades, expectativas y percepciones acerca de la responsabilidad social de la universidad.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, apoyada en la recogida de datos utilizando un cuestionario dirigido a los grupos de interés internos de la Universitat Jaume I, estudiantes, personal docente investigador y personal de administración y servicios, con la finalidad de obtener información que pueda ayudar en la gestión de estos grupos de interés.

El objetivo general es poner de manifiesto cuáles son las principales necesidades, expectativas y percepciones de los grupos de interés internos de la Universitat Jaume I (UJI) con respecto a la gestión de la universidad desde un punto de vista sostenible y responsable, y si se evidencia la necesidad de elaborar una memoria de sostenibilidad para mejorar la comunicación. Para ello, se plantean cuatro objetivos específicos:

1. Averiguar el grado de conocimiento de la población universitaria respecto de la responsabilidad social corporativa.
2. Analizar la predisposición de la comunidad universitaria hacia la RSU.
3. Identificar si las necesidades de formación e información de los *stakeholders* internos de la Universitat Jaume I respecto a la responsabilidad social de la Universidad están atendidas.
4. Analizar las expectativas y percepciones de los *stakeholders* internos de la universidad en relación con la aportación de la incorporación de la RSU en la gestión de la Universitat Jaume I.

Este trabajo intenta contribuir a ampliar el conocimiento de las necesidades y expectativas de los principales *stakeholders* internos de la Universitat Jaume I, poniendo en evidencia la conveniencia de elaborar una memoria de sostenibilidad como instrumento de comunicación con estos. A lo largo de este trabajo se va a abordar el

análisis de las percepciones y expectativas de los principales grupos de interés de la Universitat Jaume I, planteando después de esta introducción, una breve revisión de la literatura sobre RSC, RSU y Teoría de los *Stakeholders*, la metodología utilizada para alcanzar los objetivos planteados y los resultados obtenidos. Para terminar, se expondrán las conclusiones derivadas de la investigación y algunas recomendaciones para futuras investigaciones.

1. Marco teórico

En la literatura sobre RSC encontramos múltiples definiciones del concepto de Responsabilidad Social Corporativa. La Comisión Europea, en su Libro Verde de Responsabilidad Corporativa (2001) define la RSC como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.

Sin embargo, la responsabilidad social no se queda circunscrita solamente al ámbito de la empresa privada. La aplicación de la responsabilidad social en el ámbito público, implica trasladar las prácticas que ya se aplican en el sector privado, como son la gestión de las relaciones con los *stakeholders*, la atención a valores conflictivos o la voluntad de asegurar la existencia de una estructura de gobierno responsable, entre otros (White, 2000).

En el caso de las instituciones educativas, la responsabilidad de aplicar prácticas de RSC es incluso mayor, ya que constituyen el principal contexto para una formación continua, elemento necesario para una implementación sostenible y éticamente consistente de la RSC en las organizaciones (Muijen, 2004). Además, son actores clave en el proceso de conseguir un futuro sostenible, debido al rol fundamental e influyente que tienen en la sociedad (Cortese, 2003).

Como consecuencia de ello, la incorporación de la responsabilidad social, por una parte, en la misión, visión y estrategia corporativa de las universidades y, por otra parte, en el diseño de la oferta académica, es fundamental (Muijen, 2004; Larrán y López, 2009).

El primer paso en el proceso de incorporación de la responsabilidad social en la gestión de las organizaciones es una adecuada identificación de los grupos de interés o *stakeholders* (Gaete, 2012; Moneva, 2007). Freeman (1984) define el concepto de *stakeholder* como cualquier grupo o individuo que puede afectar o puede verse afectado

por la consecución de los objetivos de una organización. La Teoría de los *Stakeholders* es totalmente aplicable a las universidades debido a la naturaleza organizativa de estas instituciones de educación superior. Según esta teoría, una organización actúa de forma responsable cuando basa sus decisiones y sus acciones en los intereses de sus diferentes *stakeholders*.

Así pues, para implementar la responsabilidad social en la universidad, se hace necesario identificar quiénes son los grupos de interés de la organización, para desarrollar una adecuada gestión de los mismos. A pesar de la escasa literatura existente sobre el papel de los *stakeholders* de las universidades, se puede observar cierto consenso en la identificación de los grupos de interés, considerándose como principales *stakeholders* los estudiantes, el personal docente e investigador (PDI), el personal de administración y servicios (PAS), los equipos de gobierno, las administraciones públicas, las fundaciones universitarias, los empleadores, los medios, los sindicatos y las agencias de acreditación y de calidad (Larrán, López y Calzado, 2012; García, 2014).

Una vez identificados los grupos de interés, para incorporar la responsabilidad social a la universidad será necesario realizar los ajustes necesarios en la gestión de la organización con tal de poder incorporar los intereses y necesidades de estos. Asimismo, las universidades deberán gestionar adecuadamente el impacto actual y futuro de su actividad sobre la sociedad y asegurar que su comportamiento con sus grupos de interés cumple unos requisitos éticos (Shawyun, 2011).

En este sentido, el diálogo con los diferentes grupos de interés de la universidad se convierte en una herramienta clave para el desarrollo de prácticas de RSU, ya que es un medio a través del cual se pueden conocer las necesidades y expectativas de cada uno de los *stakeholders* respecto de la universidad (Larrán y Andrades, 2013). Además, la existencia de diversos estudios que ponen de manifiesto la presencia de diferencias en las percepciones y expectativas de los distintos *stakeholders*, según el género y el área de conocimiento a la que pertenecen (Bernardi y Threadgill, 2010; Kahreh, Babania, Tive, y Mirmehdi, 2014; López y Rivera, 2010; Muñoz et al., 2013), todavía hace más relevante el diálogo y la gestión de los grupos de interés de la universidad como herramienta en la implantación de la RSU.

Por otra parte, diversos estudios han constatado la existencia de múltiples obstáculos a la hora de implantar la RSU en las universidades públicas españolas, pudiéndose clasificar en factores internos a la organización o factores externos. Entre

los principales obstáculos internos al desarrollo de prácticas de RSU que afectan a los principales *stakeholders* internos, algunos autores destacan, además de la complejidad de la propia estructura organizativa de la universidad (Val Ginkel, 1996; Velásquez et al. 2005), el escaso interés, compromiso y conciencia de los empleados y estudiantes (Creighton, 1999; Velásquez et al., 2005), la falta de formación (Creighton, 1999; Dahle y Neumayer, 2001; Riera, 2006; Velásquez et al., 2005) o las deficiencias en los sistemas de información y en los planes de comunicación (Meyerson et al., 1995; Sibbel, 2009; Velásquez et al., 2005).

De esta revisión de la literatura se evidencia que para incorporar la RSU a la universidad es imprescindible conocer quiénes son los grupos de interés de la universidad, qué necesidades y expectativas presentan con respecto a la RSU y analizar si algunas de estas necesidades no atendidas pudieran constituir frenos a la implantación de la responsabilidad social universitaria.

2. Metodología

Con la finalidad de recoger datos sobre los tres grupos de interés objeto de estudio, para averiguar su grado de conocimiento y concienciación sobre la responsabilidad social universitaria, se confeccionaron tres cuestionarios, fundamentados en una extensa revisión de la literatura previa y en iniciativas de otras universidades. El diseño de los cuestionarios se realizó siguiendo el modelo utilizado por Larrán (Larrán et al., 2011), y se actualizó según las circunstancias socioeconómicas actuales, permitiendo, de esta forma, la comparabilidad de los resultados recogidos en la Universidad Jaume I con otras universidades.

Los cuestionarios fueron elaborados siguiendo un diseño estructurado con preguntas abiertas y con preguntas cerradas con respuestas dicotómicas o múltiples, a fin de facilitar la comparabilidad entre los tres grupos. Como unidad de medida, en las preguntas con respuesta múltiple, se utilizó una escala Likert de cinco puntos (Maxhaam y Netemeyer, 2003), en la que 1 corresponde a una valoración “totalmente en desacuerdo” y 5 corresponde a una valoración “totalmente de acuerdo”.

Par facilitar la respuesta de los cuestionarios, la encuesta se puso a disposición de los tres grupos de interés, mediante una plataforma online, durante los meses de mayo y junio de 2013.

3. Análisis

La muestra de la población coincide con la población universitaria censada en 2012, ya que el estudio va dirigido a toda la población de cada uno de los tres grupos a analizar, por esta razón no fue sometida a una selección previa. Según el censo elaborado para las elecciones del equipo rectoral de 2012, la comunidad universitaria estaba formada por 14 774 miembros, de los cuales 1262 eran PDI, 559 PAS y 12 953 Estudiantes. Finalizada la fase de recogida de cuestionarios, se contabilizaron un total de 457 respuestas, con las que se elaboró una base de datos numérica.

Para el análisis de estos datos, se utilizó el programa estadístico SPSS. En una primera fase, se calcularon las medias de los valores de las variables recogidos mediante escala Likert, con objeto de averiguar qué cuestiones de las incluidas en los cuestionarios son más valoradas por los grupos de interés. A continuación, se comprobó que la muestra no presentaba normalidad, por lo que se aplicaron estadísticos no paramétricos para su análisis. Concretamente, se observó que las pruebas no paramétricas que mejor se ajustan a esta investigación son la prueba de Mann-Whitney (para dos grupos) y la prueba de Kruskal-Wallis (para tres o más grupos).

4. Discusión

A partir del análisis estadístico de los datos recogidos, se busca dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación planteados en la introducción.

Con respecto al primer objetivo sobre el grado de conocimiento que los tres grupos de interés tienen sobre la RSC, en general, se observa que un alto porcentaje de individuos conoce el concepto de RSC. Se constata que el grupo con un mayor número de individuos que conocen este concepto es el del PDI, con un 86,9% de respuestas afirmativas.

En cuanto al segundo objetivo sobre la predisposición de los *stakeholders* internos de la Universidad Jaume I hacia la Responsabilidad Social aplicada a la Universidad, hay bastante coincidencia entre los tres grupos. Alrededor del 90% de los entrevistados considera que la Responsabilidad Social es un concepto aplicable a la Universidad y casi un 80% del total considera necesaria su aplicación en el ámbito universitario. Estos datos demuestran que, entre los *stakeholders* internos de la Universidad Jaume I, existe una alta predisposición hacia la RSU.

Para responder al tercer objetivo sobre las necesidades y demandas de formación e información de los tres grupos de interés respecto a la Responsabilidad Social de la Universidad, se plantearon una batería de preguntas.

En la primera cuestión se preguntaba si creían que la Universidad Jaume I tiene incorporada la Responsabilidad Social en su gestión. Las respuestas mayoritarias son NS/NC. Este hecho evidencia que la Universidad no está informando adecuadamente sobre su posicionamiento ante Responsabilidad Social.

En la segunda cuestión se preguntaba si la Universidad informa adecuadamente sobre la aplicación de la Responsabilidad Social. En este caso, la mayoría de los Estudiantes y del PAS consideran que no se informa adecuadamente, sin embargo el PDI cree, en un alto porcentaje, que sí se informa suficientemente. De esta situación se deduce que la Universidad no atiende de forma eficaz las necesidades de información de los Estudiantes y el PAS.

La tercera cuestión aborda si la Universidad debe suministrar información específica sobre las actuaciones de Responsabilidad Social. En esta ocasión, los tres grupos de interés están de acuerdo, en un alto porcentaje, en que se debería suministrar dicha información.

Los resultados de la cuarta cuestión relativos a si es necesario que la comunidad universitaria reciba formación sobre Responsabilidad Social reflejan que los tres grupos de interés demandan más formación en temas de Responsabilidad Social.

La última cuestión planteada muestra la coincidencia de los tres grupos de interés respecto a la necesidad de explicitar formalmente un Código de Conducta para todos los estamentos universitarios, que ayude a incorporar la Responsabilidad Social en la gestión universitaria.

Para analizar el cuarto objetivo sobre las expectativas de los tres grupos de interés respecto a la aportación de la Responsabilidad Social a la gestión universitaria y si existen diferencias en las percepciones entre los tres grupos, en el cuestionario se incluyó una pregunta en la que estos tenían que puntuar de 1 a 5 (1 poco valorado y 5 muy valorado) una serie de posibles beneficios derivados de la aplicación de la responsabilidad social al ámbito universitario. Con ello se pretende conocer cómo valoran los tres grupos de interés (Estudiantes, PDI y PAS) la aportación de la responsabilidad social a la gestión universitaria.

Los posibles beneficios de la RSU más valorados por los encuestados son el respeto por el medio ambiente, la asignación eficiente de los recursos, la gestión

transparente y que garantiza unos valores y normas de conducta éticos. De estas preferencias se deduce que los grupos de interés analizados están interesados, sobre todo, en los beneficios internos de la responsabilidad social universitaria. Estos resultados se deberían tener en cuenta a la hora de planificar la estrategia de implantación y comunicación de la responsabilidad social en la Universidad Jaume I, a fin de satisfacer las necesidades de los grupos de interés analizados.

Los resultados de la valoración de los posibles beneficios de la RSU, son muy semejantes entre los tres grupos de interés analizados, mostrando un alto grado de coincidencia. Esta concordancia puede facilitar la gestión de las relaciones de la universidad con sus grupos de interés ya que los tres grupos tienen unas expectativas afines respecto a lo que se espera de la incorporación de la responsabilidad social en la estrategia de la universidad.

Sin embargo, se aprecian diferencias en la valoración de la RSU según el género y la facultad a la que pertenecen los entrevistados. Para comprobar si estas diferencias son significativas se aplican pruebas no paramétricas. El resultado es que existen diferencias significativas en la valoración de los posibles beneficios de la RSU según el género y la facultad.

Conclusiones

Este trabajo ha tratado de contribuir al conocimiento de los *stakeholders* internos de la Universidad Jaume I, con el fin apoyar la incorporación de la responsabilidad social en la universidad y mejorar su comunicación, mediante un análisis de los grupos de interés internos de la Universidad Jaume I para conocer sus necesidades, expectativas y percepciones con respecto a la gestión de la universidad desde un punto de vista sostenible y responsable, y averiguar si existe la necesidad de elaborar una memoria de sostenibilidad.

Los resultados evidencian que los *stakeholders* internos de la universidad están familiarizados con el concepto de la responsabilidad social aplicado a las empresas y lo valoran positivamente. También consideran que es un concepto aplicable al ámbito universitario y que las universidades deberían incorporar la Responsabilidad Social en sus estrategias, lo cual pone de manifiesto la alta predisposición hacia la responsabilidad social universitaria de estos grupos de interés. Por lo tanto, no existirían frenos a la

implantación de la RSU en la Universidad Jaume I, desde el punto de vista de falta de interés, compromiso y conciencia de los principales *stakeholders*.

En cuanto a las necesidades que manifiestan los *stakeholders* internos, el trabajo pone de manifiesto que estos tienen dos demandas que la universidad no atiende. Por una parte, carecen de información sobre el grado de implantación de la responsabilidad social universitaria en su institución y declaran que la universidad no informa adecuadamente sobre la aplicación de este concepto. Por otra parte, exponen la necesidad de recibir formación sobre responsabilidad social y de que se consensue un código de conducta para todos los estamentos universitarios. Estas dos necesidades no atendidas sí que pueden suponer un freno a la hora de implantar la RSU en la universidad, por lo tanto se deberían tener en cuenta a la hora de gestionar las relaciones con los principales grupos de interés de la Universitat Jaume I.

Del análisis de las expectativas y percepciones de los tres grupos de interés sobre la aportación de la de responsabilidad social a la gestión de la Universitat Jaume I, se aprecia que no existen diferencias significativas entre ellos, si bien sí que se han evidenciado diferencias significativas en la valoración que hacen los entrevistados de la RSU, según el género. También aparecen diferencias entre las distintas facultades/escuela de la Universidad. A partir de estos resultados, la Universitat Jaume I, tal vez se podría plantear la gestión de sus grupos de interés incorporando estas diferencias a la hora de tener en cuenta el diseño, implementación y comunicación de la RSU.

Así pues, a partir de los resultados se puede concluir que, tanto los Estudiantes como el PDI y el PAS, conocen y valoran la responsabilidad social. Sin embargo, desde la Universidad parece que no se dé una respuesta adecuada a las necesidades de información sobre las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social que aplica y tampoco se cubren las necesidades de formación sobre responsabilidad social que manifiestan. Por otra parte, existen diferencias en las expectativas y percepciones que los entrevistados tienen acerca de la aportación de la responsabilidad social universitaria, según el género y la Facultad/Escuela a la que pertenecen.

Estos resultados evidencian que la Universidad, a pesar de que tiene implantadas algunas actuaciones en materia de sostenibilidad y responsabilidad social, no canaliza adecuadamente la información a sus grupos de interés. Esta falta de información se podría mejorar si la Universidad se implicara plenamente en incorporar la

responsabilidad social en estrategia institucional y se decidiera a publicar una memoria de responsabilidad social.

Este trabajo puede complementar las investigaciones previas llevadas a cabo en la Universitat Jaume I, conducentes al estudio de la viabilidad de implantar la Responsabilidad Social en la Universidad, ya que pone de manifiesto las necesidades, expectativas y percepciones de tres grupos de interés internos con un nivel de relación indispensable. Con ello, la Universidad puede ajustar mejor las estrategias y acciones a llevar a cabo a la hora de incorporar la Responsabilidad Social en su gestión.

En futuras investigaciones, sería recomendable, a la vista de los resultados de este trabajo, analizar las necesidades y expectativas de los *stakeholders* internos teniendo en cuenta, además del grupo de interés, la facultad a la que pertenecen los individuos, con la finalidad de facilitar la gestión de la relación con los grupos de interés internos de la Universidad.

También sería pertinente plantear una investigación encaminada a realizar un análisis del resto de *stakeholders* que mantienen una relación indispensable con la Universidad (proveedores, Administraciones Públicas, egresados, agencias acreditadoras), con el objetivo de integrarlos en la gestión de las relaciones con sus grupos de interés más importantes.

Bibliografía

- Bernardi, R. A., y Threadgill, V. H. (2010). Women directors and corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 15, 15-21.
- Comisión Europea (2001). Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366>.
- Cortese, A.D. (2003). The critical role of higher education in creating a sustainable future. *Planning for Higher Education*, 31(3), 15-22.
- Dahle, M. y Neumayer, E. (2001). Overcoming barriers to campus greening. A survey among higher educational institutions in London, UK. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2, 139-160.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pittman.
- Gaete, R. (2012). Gobierno universitario pluralista. Una propuesta de análisis desde la teoría de los *stakeholders*. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 9(2). Barcelona: UOC.
- Garavan, T.H., Heraty, N., Rock, A. y Dalton, E. (2010). Conceptualizing the behavioral barriers to CSR and CS in organizations: a typology of HRD interventions. *Advances in Developing Human Resources*, 12, 587-613.

- García Benau, M.A. (2014). Responsabilidad social universitaria y desarrollo sostenible. *Studia XXI. Cuaderno de trabajo #8*. Fundación Europea Sociedad y Educación, 11-15.
- Kahreh, M. S., Babania, A., Tive, M., y Mirmehdi, S. M. (2014). An Examination to Effects of Gender Differences on the Corporate Social Responsibility (CSR). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 664-668.
- Larrán, M. y Andrades, F. J. (2013). Frenos y aceleradores para la implantación de la Responsabilidad Social en las universidades españolas. Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía.
- Larrán, M. y Andrades, F. J. (2013). El marco conceptual de la responsabilidad social universitaria. *Prisma Social*, 10 (Investigación social), 233-270.
- Larrán, M. y López, A. (2008). ¿Son las universidades públicas andaluzas socialmente responsables? Comunicación XIV Workshop en Contabilidad y Control de Gestión, 5-6 marzo de 2009. Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).
- Larrán, M., López, A., y Andrades, F. J. (2014). Barreras y aceleradores para la implantación de la Responsabilidad Social en las universidades públicas españolas. Análisis del nivel de implantación de políticas de responsabilidad social en las universidades españolas. Colección Experiencias y Resultados 03, 37-56
- Larrán, M., López, A., y Calzado Cejas, Y. M. (2012). Stakeholder Expectations in Spanish Public Universities: An Empirical Study. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(10), 1-13.
- Larrán, M., López, A., y Márquez, C. (2011). La comunidad universitaria andaluza ante la responsabilidad social: un estudio de opinión. Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía.
- López Palau, S. y Rivera Cruz, B. (2010). Razonamiento bioético y orientación hacia la responsabilidad social empresarial: estudio comparativo de estudiantes de profesiones de la salud y estudiantes de negocios en Puerto Rico. Asamblea General de ALAFEC, 9-12 noviembre 2010, Lima. Perú
- Lozano, J. M. (2007). Promoción pública de la responsabilidad social empresarial. *Economiaz*, 65, 108-127.
- Maxham III, J. G. y Netemeyer, R. G. (2003). Firms reap what they sow: the effects of shared values and perceived organizational justice on customer's evaluations of complaint handling. *Journal of Marketing*, 67, 46-66.
- Melle, M. (2007). La responsabilidad social dentro del sector público. *Economiaz*, 65, 84-107.
- Mitchell, R.K., Agle, B.R. y W. D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. Recuperado de http://www.ronaldmitchell.org/publications/mitchell_agle_wood_1997.pdf
- Moneva, J.M. (2007). ¿Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa? *Responsabilidad Social Corporativa. ACCID*: 55-76. Barcelona.
- Muijen, H. S. (2004). Corporate social responsibility starts at university. *Journal of Business Ethics*, 53, 235-246.
- Muñoz, M.J., Fernández, M.A. y Escrig, E. (2013). Sustainable financial products: spanish society's perceptions about socially responsible investing. *Business Strategy and the Environment*, 22(6), 410-428
- Muñoz, M.J., Fernández, M.A. y Rivera, J.M. (2010). Gestión sostenible y socialmente responsable de las universidades. En De La Cuesta, M., De La Cruz, C., y

- Rodríguez, J.M. (coord.) (2010). *Responsabilidad Social Universitaria* (pp. 89-98). La Coruña, Netbiblo.
- Muñoz, M.J., Rivera, J.M., Andreu, S. y Calvo, P. (2011). Propuesta de reporting de sostenibilidad: informe preliminar sobre la viabilidad de realización de una memoria de responsabilidad social de la Universitat Jaume I de Castellón. Vicerrectorado de Economía, Bienestar Social y PAS.
- Nicolaidis, A. (2006). The implementation of environmental management towards sustainable universities development as an ethical imperative. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 7, 414-242
- Núñez, M. y Alonso, I. (2010). La Responsabilidad Social en el mapa estratégico de las universidades públicas. *Pecunia*, 9, 159-180
- Pardo, A y Ruiz, M.A. (2002). *SPSS: Guía para el análisis de datos*. McGraw-Hill. Madrid.
- Plan Director de Desarrollo RSU-UJI 2012-2014. Aprobado por el Consejo de Dirección núm. 100 de 23 de octubre de 2012. Universitat Jaume I. Castellón.
- Podnar, K., y Jancic, Z. (2006). Towards a Categorization of Stakeholder Groups: An Empirical Verification of a Three-Level Model. *Journal of Marketing Communications*, 12(4), 297-308.
- Rodríguez, J.M. (2010). Responsabilidad Social Universitaria. Del discurso simbólico a los desafíos reales. En De La Cuesta, M., De La Cruz, C., y Rodríguez, J.M. (coord.) (2010). *Responsabilidad Social Universitaria* (pp. 3-24). La Coruña, Netbiblo.
- Velasquez, L., Munguía, N. y Sánchez, M. (2005). Deterring sustainability in higher education. An appraisal of the factors which influence sustainability in higher education institutions. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 6, 383-391.
- Viebahn, P. (2002). An environmental management model for universities: from environmental guidelines to staff involvement. *Journal of Cleaner Production*, 10, 3-12.
- White, L. (2000). Changing the “whole system” in the public sector. *Journal of Organizational Change Management*, 13(2), 16-177.

Agradecimientos

Esta investigación ha sido parcialmente financiada por el Proyecto de investigación P1•1B2013-31 del Plan 2013 de Promoción de Investigación de la Universidad Jaume I, y por el Máster en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa de la Universitat Jaume I–UNED.

Biografía

María Ángeles Fernández Izquierdo es licenciada en Economía y Doctora en Economía Financiera y Contabilidad por la Universidad de Valencia, y catedrática de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Jaume I de Castellón, desde 2002. Trabajó como Economista en la Bolsa de Valencia y fue profesora en la Universidad de Valencia. Actualmente es responsable del grupo de investigación SoGReS-MF en el que desarrolla diversos proyectos de investigación financiados sobre Finanzas sostenibles, Inversión socialmente responsable, códigos de buen gobierno, RSC y microfinanzas. Ha publicado numerosos artículos internacionales y nacionales en revistas con gran impacto académico, así como diversos libros, capítulos de libros e impartido conferencias sobre todos estos temas. Tiene una amplia experiencia en gestión de la Universitat Jaume I. Ha participado en el Consejo de Dirección como

Vicerrectora, en el Claustro, en la Junta de Gobierno, en distintas comisiones y como Directora de Departamento. También es profesora permanente de diversos másteres y cursos de especialización relacionados con sus temas de investigación, destacando la Codirección del Máster en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa y el Máster MBA. Correo electrónico: afernand@uji.es.

Lucía Bellés Colomer es licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Jaume I y Máster en Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa por UJI-UNED. Actualmente es doctoranda en el programa de Economía y Empresa de la Universitat Jaume I, en la línea de investigación de Finanzas y Contabilidad y colaboradora del equipo de investigación SoGReS-MF. Trabajó en gerencia en empresa privada vinculada al sector del transporte durante más de 20 años. Actualmente desempeña funciones de técnico de gestión en la Fundación General de la Universitat Jaume I y es profesora asociada en el departamento de Administración de Empresas de la Universitat Jaume I. Ha sido invitada a impartir diversas charlas y conferencias sobre gestión empresarial en el grado de Finanzas y Contabilidad y en el máster MBA. Correo electrónico: lbelles@uji.es.

The role of civil society in inter-ethnic integration in post-conflict areas in the Balkans

El papel de la sociedad civil en la integración inter-étnica en las áreas post-conflicto de los Balcanes

Blerta Tuci, Institute for Social and European Studies (ISES)

Abstract

After the fall of communism in the so-called Yugoslavia a new map of inter-ethnic conflicts emerged in the region, which caused an immediate intervention of international actors and gave birth to the civil society in the Balkan. Civil society is understood as including a wide range of actors from professional, associations, clubs, unions, faith based organizations that look after people's rights. Located within a region that has suffered from political instability, ethnic fragmentation, multiple economic crises, growing social polarization, civil society became a partner in delivering policy goals of democratization, an agent in cross border cooperation and a mediator bringing the EU project closer to the people. In such environment civil society plays an important role in reducing violence and creates a safe ground for ethnic differences to be better managed. The paper will present the role of civil society organizations in inter-ethnic integration in countries like Bosnia and Herzegovina, Kosovo, and Former Republic of Macedonia where the ethnic co-existence is still a problem even after the post-conflict situation. At the same time aims to give key indicators in building sustainable capacities for civil society organizations to integrate different ethnic communities through concrete actions that promote democratic principles. In achieving this, primary and secondary sources will be used including data, survey and monitoring process of different organizations working in the field. It will also highlight a wide range of good practices of civil society involvement in addressing inter-ethnic challenges in a comprehensive manner in order to broaden the impact of European integration policies in group rights, including rights to self-determination and reconciliation.

Keywords

Civil society; ethnicity; integration; conflict; Balkan.

Resumen

Después de la caída del comunismo en la denominada Yugoslavia, un nuevo mapa de conflictos interétnicos surgió en la región, lo que provocó una inmediata intervención de los actores internacionales y dio a luz a la sociedad civil en los Balcanes. La sociedad civil se entiende que incluye una amplia gama de actores que van desde asociaciones, clubes, sindicatos, organizaciones basadas en la fe... que se ocupan de los derechos de las personas. Ubicado dentro de una región que ha sufrido de inestabilidad política, fragmentación étnica, múltiples crisis económicas y una creciente polarización social, la sociedad civil se convirtió en un actor clave en la búsqueda de objetivos políticos de democratización, en agente de la cooperación transfronteriza y en mediador en el acercamiento del proyecto de la UE a los ciudadanos. En un entorno así la sociedad civil juega un papel importante en la reducción de la violencia y en crear un terreno seguro para que las diferencias étnicas se gestionen mejor. En este texto se presentará el papel de las organizaciones de la sociedad civil en la integración interétnica en países como Bosnia y Herzegovina,

Kosovo y la Antigua República de Macedonia, donde la coexistencia étnica sigue siendo un problema incluso después de la situación posterior al conflicto. Al mismo tiempo, tiene como objetivo presentar indicadores clave para la construcción de capacidades sostenibles de cara a que las organizaciones de la sociedad civil puedan integrar diferentes comunidades étnicas a través de acciones concretas que promuevan los principios democráticos. Para lograr esto, se utilizarán fuentes primarias y secundarias incluyendo datos, encuestas y un proceso de seguimiento de las diferentes organizaciones que trabajan en el campo. Esta investigación también destaca una amplia gama de buenas prácticas de participación de la sociedad civil en abordar los desafíos interétnicos de manera integral con el fin de ampliar el impacto de las políticas de integración europea en los derechos de los diferentes grupos, incluidos los derechos a la libre determinación y la reconciliación.

Palabras clave

Sociedad civil; etnicidad; integración; conflicto; Balcanes.

Introduction

Civil Society is widely assumed to be an important factor for peace-building, especially to countries experiencing situations of armed conflict. In this chaotic environment, civil society needs to be understood and plays an important role in reducing violence, in facilitating the conditions of sustainable peace and creating a safe environment for ethnic differences (Fischer, 2006).

In recent years, the term “civil society organizations” (CSOs) has gained more and more importance and been adopted by international organizations. The term has been used also from the World Bank in referring to “not-for-profit organizations which have a presence in public life, expressing the interests and values of their members, based on ethical, cultural, scientific, religious considerations” (World Bank, 2005: 3).

In countries like Bosnia and Herzegovina, Kosovo and Former Republic of Macedonia where the ethnic co-existence remains still a problem projects in enhancing interethnic co-operation and dialogue can be vivid to mitigate possible conflicts. For the same reason, membership of civil society has been said to foster the capacity for collective action that makes institutions more civic, more responsive and accountable to citizens (Putnam, 1993).

Over the last two decades the post-conflict Balkan countries have been undergoing through many structural reforms and combined processes of economic transition, preparations for accession to the EU, post-conflict reconstruction and development. There has been progress in the stabilization and institutionalization of state structures and in this paper it is argued further more that although steps towards

building democracy in these countries has been extremely difficult (Heiler, 2002), it is possible to advance and rephrasing a new civil society that can act as an effective obstacle against possible violent events in the post-conflict region.

1. Civil society rise on the Balkans corner

Political changes in Eastern Europe and also in the region has been accompanied by a wave of political, social and cultural challenges. Conflicts were problematic in the so-called Federation of the former Yugoslavia, states where life has various religious, ethnic, cultural and linguistic forms. The so-called Balkan crisis lead to ethnic conflicts in Bosnia and Herzegovina, Kosovo and FYR Macedonia¹, and constituted the genesis of international influence in the region late in the century.

Bosnian crisis was deteriorated by the rule of Slobodan Milosevic, an authoritarian leader and at that time president of Serbia. Bosnia was one of the six republics which composed the Socialist Federal Republic of Yugoslavia, which began to crumble in the summer of 1991, after Croatia and Slovenia declared their independence. Germany later cleared the way for the tragedy in Bosnia officially by recognizing in January 15, 1992 independence of the two republics and put pressure on other countries of the European Union to do the same. The following political action decided a death penalty for Bosnia and Herzegovina (Glenny, 1996). United Nations immediately intervened to doing everything was necessary to save Bosnia, but without any supporting neither from Europe and neither from America. (Anan, 2007).

Bosnia and Herzegovina from 1991-1995 experienced the influence of international intervention and the civil society started to set up the national CSOs, strongly supported by humanitarian international organizations.

Kosovo as part of the Republic of Serbia in 1999 went through a very difficult situation and the international intervention as well was essential to build a national civil society that could implement good policies and integrate different ethnicities after the war. The spread of this conflict brought the political involvement of the international community and eventually the military intervention of NATO against former Yugoslavia and the entry of NATO and UN administration into Kosovo. Two of the most important objectives that these military and international administrative missions

¹ The provisional reference “the former Yugoslav Republic of Macedonia” (often abbreviated as FYROM) is used by international organisations and states which do not recognise translations of the constitutional name *Republic of Macedonia* (Република Македонија, *Republika Makedonija*).

had were, first, the preparation of Kosovo for self-governance by progressively building domestic governmental and administrative institutions, and second, ensuring that these institutions would be guided by democratic principles in carrying out their activities (Agani, 2011: 14).

The last case was FYR Macedonia in 2001 where an armed conflict resorted between Albanian and Macedonian; only through OHRID Agreement the conflict was able to define the main condition and secure peace (Czymmeck/Viciska, 2011).

Civil society mounted a social-humanitarian and peaceful response as a result. The crisis attracted a considerable number of large international humanitarian agencies and significant resources, which influenced the social-humanitarian character of the agenda of civil society for several years in Macedonia.

Civil Society in these countries despite the extensive efforts of foreign donors, individual participation and involvement in civic associations during all the transition period it's found to be low. The 2007 Enlargement Strategy² recognized this continued weakness of civil society in these countries, making its development a policy priority which was reflected in the increased allocation for civil society as one of the most important tools for the further development of the region.

1.1 Development of civil society and main challenges of today

The emergence and strengthening of civil society sector requires a large extent of achievements in consolidation on the institutional, representational and behavioral level. On the other hand, in heterogeneous societies with considerable virulence of ethno-political conflicts a minimum of state-national conviction, tolerance and inter-ethnic dialogue becomes a precondition for very basic steps of consolidation on the institutional, representational levels (Heiler, 2002).

Civil society is an important indicator of the quality of democracy in the three post-conflict countries. Post conflict circumstances have engendered a condition in which large number of NGO, flourished, but the spirit of genuine civil society withered. These organizations had plenty of political and financial ambitions, but not too much social enthusiasm. They are still, divided in numerous ways, and the number of organizations that have the spirit of public good as principle is small (Agani, 2012).

² On November 2007 the European Commission discussed the main challenges of and criteria on the European Union enlargement focused on Western Balkan countries and Turkey.

Different sources shows different number of the Civil society organizations in the three countries. For example: in Bosnia and Herzegovina, 6,4% of registered CSOs operate at central level. In Kosovo, less than 20% of the registered CSOs are active and civil society remains weak and under-developed. In Macedonia it is estimated that there are around 9 000 CSOs, and only 2 000 are active (IDM, 2012).

From the NGO INDEX made by USAID in 2009 the number of organizations is estimated as indicated in the table above.

Table 1.1 Number of CSOs in post-conflict Balkan

Bosnia and Herzegovina	12 198	Estimated # of NGOs in 2008
Kosovo	5 000	Estimated # of NGOs in 2009
FYR Macedonia	9 830	Registered citizens' associations and foundations, 2009

Source: USAID (2009) NGOs Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia.

In a situation of very divided communities along ethno-national lines in Bosnia and Herzegovina, society is characterized by a continual uneven process of return to multi-ethnic localities, confidence building takes on the appearance of conflict resolution. This not only involves facilitation of communication and cooperation between members of a group, but also enhance dialogue within and between communities to gain acceptance, or least tolerance, of the multi-ethnic group, as well as (re)establishing contacts and understandings between nationalities across geographical and political space (Sterland, 2006: 40).

In Bosnia, in fact, international actors have failed to link civil society development with incentives for institutional and political reforms. The issue of building civil society was then put on the agenda by international organizations like the EU and the OSCE, along with the donor community. In this way, the top-down approach of the Dayton Peace Agreement was supplemented with a bottom-up approach (Chandler, 2004: 240).

Some organizations have become very active in cross-border peace education, striving to establish norms of tolerance and deal with prejudices of communities (i.e. the Centre for Nonviolent Action, the Youth Initiative for Human Rights and diverse CSOs engaging in inter-religious dialogue. Significant contributions from civil society actors, the somewhat ambitious expectations on the part of international organizations, that

civil society would bring about change and substantially contribute to political democratization and conflict transformation have not been fulfilled (Fisher, 2006).

Kosovo's civil society suffer from organizational weakness, financial dependence, low levels of participation and mobilization, and a generally poor record of holding the government accountable or successfully influencing its policies. The failure in integrating Kosovo's minorities might lead to further violations of human rights and even escalating into a new conflict, Serbian Kosovars and other ethnic minorities are more likely to be unemployed than the Albanian majority, although with official unemployment for the whole province standing at over 50%, joblessness affects nearly all households in Kosovo. Ethnic discrimination is a major limiting factor in gaining access to public services for all ethnic minorities. From the other side Serbian enclaves pursue a policy of non-cooperation with municipal authorities and have established parallel education and health systems, funded by Serbia (Agani, 2012; Sterland, 2006).

CIVICUS report index indicates that in Kosovo civil society is significantly tolerant and peaceful and actively promotes non-violence and peace, indicators confirm that this stands "at 88,9%, 67,5% and 78,8%". Civil society has a greater penetration than the state apparatus regarding to different communities, in particular marginalized groups; Kosovo NGOs are predominantly ethnically exclusive.

Organizations representing the various ethnic minorities are smaller in number and less developed, and the low level of membership and volunteering in civic initiatives confirms the gap between citizens and CSOs. Decreasing of funds is a significant problem on the CSOs sector most of them the organizations are advancing their human and financial capacities; but the sector in general remains highly dependent on international funding (CIVICUS-Kosovo, 2011: 34).

In Macedonia like in many other western Balkan countries civil society groups are predominantly located in urban areas. A large number of organizations (43%) are registered in the capital, Skopje, and the majority of others operate in other major cities of the country. CSOs are poorly represented in rural areas, and organizations here are less well developed organizationally and tend to be less active than those in urban areas. Macedonian people and those citizens living within Macedonia's borders the Albanians, Turks, Vlachs, Serbs, Roma, Bosnians and others being listed separately offers a wide map of multicultural problems with which the civil society in Macedonia has to deal with (Nunnari, 2012: 81).

Macedonian civil society covers a wide and varied range of target groups and fields of activities apart that they commonly work on raising awareness of gender issues. Youth associations and human rights organizations are increasing in number and profile. Macedonia civil society tends to promote non-violence and tolerance and a large number of CSOs believe that there are no forces that use violence to pursue their own interests and examples of racist or discriminatory organizations are rare, and tend to be isolated and strongly condemned (CIVICUS Macedonia: 2011: 34).

European integration is an important challenge for Macedonia especially since the candidate status for EU membership was granted in December 2005. European integrations will become a powerful driving force for further development of civil society in implementing new values, such as participative democracy, inclusion, equality, transparency and accountability. These aspects have not received the necessary attention from the EU, and more can and should be done to address pending issues that prevent civil society organizations in these countries from contributing to the decision-making process and scrutinizing the implementation of policies (Balfour/Stratulat, 2011).

1.2 International assistance and the EU focus

Traditionally, Balkan CSOs have relied on a mixture of international and domestic forms of support for their activities. During all this period of transition there have been numerous attempts to co-ordinate the activities of numerous international “donor agencies, private foundations and bi-lateral donors that operate in the post-conflict region, with the aim both of maximizing the value of aid, and ensuring sustainable strategies and long-term impact” (Fagan/Sircar, 2012: 1).

This aid is focused on humanitarian initiatives, cultural and social activities in cross culture co-operation, protection of marginalized groups, such as: women, children, sick persons, but still the financial viability remains the most problematic dimension of CSOs struggle to diversify their funding and compete for EU funds in these countries.

According to USAID civil society is for sure an indispensable element in the democratic equation and strengthening their ability to provide greater checks and balances in the democratic process in the post-conflict countries (USAID, 2011). The three post-conflict countries are largely dependent on assistance from Western European and US development programmes, like USAID, the Swedish International Development Agency (SIDA) and especially the European Union.

In particular, the Commission's 2011 progress reports highlights Bosnia-Herzegovina and FYR Macedonia for their insufficient financial resources and overreliance of their civil society sector on foreign funding.

The EU has made a substantial financial commitment to civil society projects and community based programs in the Balkans under its Instrument for Pre-accession Assistance (IPA), and it has also developed the Civil Society Facility (CSF), focused on three strands of intervention in strengthening civil society development and dialogue in the region:

- (1) Technical Assistance (TACSOs) to civic and capacity-building initiatives, for instance, training, e-learning, info events, etc.;
- (2) People 2 People Programme (P2P), supporting visits to EU institutions in order to exchange experience, know-how and good practices;
- (3) Partnership Actions to facilitate the transfer of knowledge and the realization of innovative cross-national projects between civil society organizations in the beneficiary countries and the EU (Baoufor & Stratulat, 2011: 44).

IPA assistance should be used more coherently and strategically in order to fund areas where the civil dialogue is identified as weak, such as the development and implementation of state frameworks; the capacity of CSOs, especially at local level, to develop policy responses and advocate their enforcement; and synergy initiatives for exchange practices and information between non and EU countries (BCSDN, 2010: 27).

Enlargement in the Balkans will remain one of the EU's most important projects for generations to come. Still progress on the dossier has been uneven, marred by the persistence of unsolved statehood problems which affect much of these countries. These unsolved issues overshadow the progress that the Balkan states have made in transforming themselves from "war-torn" countries into new democracies (Baulfort & Stratulat, 2011: 3).

2. Good practices in building inter-ethnic dialogue

Bringing different ethnic communities closer to each other and reconstruct human relationships in post-conflict areas requires the implementation of a number of tools and practices. At the present more and more in the Balkan countries different ethnic groups are increasingly being involved in the cultural and social life of their communities, through participation based on cultural rights to access and to express their views on all

matters affecting them, developing and sharing knowledge and cultural and political expressions.

Thanks to the involvement and the work of different civil society organization in the three countries has been possible to show that the inter-ethnic dialogue can occur in their communities and goes hand in hand with all the European values of integration and processes. Some of these practices will be described below and indicate that is possible to engage these communities through many projects and activities. Through enhancing this dialogue the benefits of civil society groups or associations are very considerable.

2.1 Examples of promoting ethnic co-operation

- Community Building Mitrovica Community Building Mitrovica is a local nongovernmental organization, active from 2001, first in the northern part of Kosovo and later in the entire Mitrovica. This organization organized in the Miner Hill women center, located in the multiethnic Miner Hill area of North Mitrovica different activities, with more than 100 women of various ethnic backgrounds and their children Trainings included women's rights workshops and advocacy skills, and special events about breast cancer and other widespread diseases.
- Another Project "Bridging the Divide" was developed in 2009 by CBM out of the need to overcome the ethnic division –both the institutional and physical one– that has kept Mitrovica at an impasse for more than a decade. The BtD project brought together the unique cooperation between CBM, the newly interethnic, bilingual multi-medium publication and a North Mitrovica coalition of seven civil society organizations and initiatives gathered in the Centre for Resources, Youth and Media (Agani, 2012).
- The Cultural Heritage Without Borders Regional Restoration Camps, winner of a 2014 European Union Prize for Cultural Heritage / Europa Nostra Award in the category of "Education, Training and Awareness-Raising", represent another simple and successful training model, which developed and grew from a few national students in 2007 to multiple sessions in four Balkan countries. The main objectives were to use cultural heritage in building relations among young professionals, from BiH,

Serbia Kosovo, Albania, creating conditions for reconciliation as a prerequisite for peace and democracy, and to preserve traditional crafts and techniques (Cultural Heritage Without Borders, 2014).

- The National Commission for UNESCO of The former Yugoslav Republic of Macedonia, with the support of the UNESCO Regional Bureau for Science and Culture in Europe, Venice coordinated a meeting between three UNESCO clubs in the “Understanding and respecting cultural diversity – motive for cultural cooperation for and from youth” project. The activity aimed to foster dialogue and cooperation between youth from the Macedonia and Albania through different activities, Cultural Camps and community outreach programs. Young people discussed traditional crafts and customs specific to their region as well as looking at the wider, multi-cultural social context (UNESCO, 2013).
- The value of formal and non-formal education programmes and projects in cultural diversity and intercultural dialogue, where relevant groups are involved makes crucial the role of civil society organizations in raising awareness and build sustainable peace condition in post-conflict areas.

Conclusions

The paper presented some of the main challenges and problems and development of the civil society sector in the three post-conflict countries. State-building and building of civil society have to be understood as intermeshed and parallel processes of democratization which cannot be undertaken in separate way or in confrontation to one and other. At the same time, civil society that includes many forms of organizations, non-governmental organizations, and are all essential to the consolidation of political debate over ethnic disparities and rights.

Better structure and dissemination of funding, as well as legal provisions for civil society organizations is needed the three countries in order to contribute to the policy formulation and implementation.

Of all the problems and possible solutions addressed in this paper, the role of civil society emerges as the constant feature that brings together all other political issues. The mobilization of civil society can breed civic values and motivate people to act in the name of democratic demands, putting pressure on their elites to supply adequate levels of effective democracy and rights on minorities.

For that reason, the civil society is seen as an integral part of the solution to the outstanding problems in the post conflict countries, and the only way in which the Balkans can push their transitional period to an end. CSOs in BIH, Kosovo and FYROM need to work on consolidation of their organization and boosting cooperation projects and countries, thereby avoiding the duplication of efforts, ensuring financial sustainability and growing competition for diminishing resources.

Barriers must be broken down within the Balkans and with the EU. There is plenty of scope for expanding cross-border cooperation between the Balkans and the EU at all levels, in order to make the integration process towards European integration easily implemented.

Various examples of projects presented in the paper represent just a few ways in which ethnic diversity and dialogue could be encouraged and promoted, starting with their personal stories and cultural backgrounds and extended to a new public space where they are not only actors, but also active parts of a new shared culture which includes many expressions of diversity.

Finally, civil society in the years to come will definitely play a significant role in achieving unity of simultaneously traditional, multicultural and multi-ethnic Balkan society with post-modern Europe.

Bibliography

- Agani, M. (2012). *Civil Society In Kosovo Since 1999*. Prishtina: Center for Political Courage.
- Annan, K. (2007). *Guiding the United Nations*. New York: Chelsea House PUBLISHERS.
- Balkan Civil Society Development Network (2010). The missing link? Development and functioning of civil dialogue in the Western Balkans. Macedonia: *Balkan Civic Practices*, 7, 1-28.
- Balfour, R. & Stratulat, C. (2011). The democratic transformation of the Balkans. *EPC ISSUE*, 66, 1-66.
- CIVICUS (2011). *Civic Engagement, Long road to go*, Skopje: Macedonian Center for International Cooperation.
- CIVICUS (2011). *Better Governance for A greater impact*, Prishtina: Kosovo Civil Society Foundation.
- Cultural Heritage without Borders, *Regional Restoration Camps*. Retrieved from <http://chwb.org/albania/activities/rrc>.
- Chandler, D. (2004). Democratization in Bosnia: The Limits of Civil Society Building Strategies. In Peter Burnell and Peter Calvert (eds.). *Civil Society in Democratization* (pp. 225-249). London: Frank Cass.
- Czymmeck, A. & Viciska, K. (2011). A model for Future Multi –Ethnic Coexistence? *KAS International Reports*, 1, 72-79. Retrieved from <http://www.kas.de/wf/en/33/29404>.

- UNESCO (2014). Education of youth on cultural diversity. Retrieved from http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/educating_youth_on_cultural_diversity_mid_term_reports_from_albania_and_the_former_yugoslav_republic_of.
- Fagan, A. & Sircar, I. (2012). Promoting Democracy in the Western Balkans after the Global Financial Crisis. London: LSEE-Research on South Eastern Europe (pp.1-40). Retrieved from <http://www.lse.ac.uk/.../research/.../Adam-Fagan-Paper-For-Publication.pdf>
- Fischer, M. (2006). *Civil Society in Conflict Transformation, Strengthening and Limitations*. Retrieved from http://www.berghohandbook.net/documents/.../fischer_CSOs_handbookII.
- Glenny, M. (1996). *Fall of Yugoslavia*, London: Penguin Books.
- Heiler, J. (2002). Institutions Civil Society and Nationalism in the context of democratic-Consolidation- Prospects for Democracy in Bosnia and Herzegovina. United States. Institute of Peace, 1-18. Retrieved from <http://www.peacestudiesjournal.org.uk/docs/BosniacDemos.pdf>.
- Institute for Democracy and Mediation (2012). *Civil Society In Rural and Remote Areas in Albania*. Tirana: IDM Publication.
- International Crisis Group, *Courting Disaster* (2002). The Misrule of Law in Bosnia & Herzegovina. *Balkan Report*, 127. Retrieved from <http://www.crisisweb.org/projects/showreport.cfm?reportid=592>
- Nunnari, E. (2012). The former Yugoslav Republic of Macedonia, *Dialog Paper*, 1-20.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Streland, B. (2006). Civil Society Capacity Building in Post-Conflict Societies: The Experience of Bosnia and Herzegovina and Kosovo. *Praxis Paper*, 9, 1-76.
- USAID, *Macedonian Strategic Plan 2011-2015*. Retrieved from <http://www.usaid.gov/.../documents/.../USAID%20Macedonia%20Strategy>
- World Bank (2005). *Issues and Options for Improving Engagement between the World Bank and Civil Society Organisations*. Washington: The World Bank, Civil Society Team. Retrieved from http://siteresources.worldbank.org/CSOs/Resources/Issues_and_Options_PUBLISHED_VERSION.pdf.

Acknowledgement

This research was realised in the framework of the TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 “National Excellence Programme - Elaborating and operating an inland student and researcher personal support system convergence programme”. The project was subsidised by the European Union and co-financed by the European Social Fund.

Biography

Blerta Tuci is a Master student in International Economic Relations at the Institute for Social and European Studies in Hungary. She already has a Master degree in International Relations at the University of Tirana in Albania, obtained after graduating at the Faculty of History and Philology (University of Tirana).

In the period March-December 2014, she worked as a junior researcher at the Institute for Social and European Studies in Koszeg, Hungary, under the Hungarian National program of Excellence. Program supported by European Social fund and the Hungarian Government. From 2011-2013 she worked as a program coordinator at the Center “Act for Society”, a very active Albanian NGO in the field of human right and

social inclusion. Blerta was and activist in different Albanian NGO and at the same time she was involved in many european and international projects of Youth in action Program, Long life Learning, Council Of Europe etc. Her main academic interest are Balkan studies, civil society developments in the Balkan region, ethnicities and multiculturalism in Europe. Email: blerta.tuci@gmail.com.

Comunicación para la solidaridad: las ONG y la comunicación social y periodística en la sensibilización de la opinión pública

Communication for Solidarity: NGOs and social and journalistic communication in sensitizing public opinion

Marta Isabel González Álvarez, UNIR-Universidad Internacional de la Rioja

Resumen

Partiendo de un interés esencial en aquellos procesos que mejoran las relaciones y comunicación entre las organizaciones y los medios de comunicación en España, el objetivo de la investigación ha sido comprobar que, para lograr una más eficaz sensibilización y los cambios de actitud en la sociedad, necesarios para construir un mundo más justo y humano, es importante lograr la profesionalización de las ONG, contando con periodistas en sus áreas de comunicación y prensa para gestionar la información y relacionarse con los medios de comunicación (tradicionales y alternativos), así como que los periodistas, tanto en las ONG como en los medios, realicen su trabajo con un alto grado de excelencia profesional y ética.

Se ha seguido una metodología cualitativa y experiencial. Cualitativa, con la revisión y acopio de fuentes de información de autores, manuales, artículos, publicaciones, y textos relacionados con la materia a tratar, y realizando un análisis, selección e interpretación de los contenidos más relevantes para la investigación. Experiencial porque se aporta a la investigación los más de quince años de experiencia de la autora, coordinando departamentos de comunicación y prensa en entidades del Tercer Sector, así como la formación continua recibida y el contacto directo y cotidiano con periodistas de medios de comunicación y del Tercer Sector y entorno asociativo.

Como fruto de la investigación, y tras trabajar y contextualizar en la actual era de la globalización términos como "Comunicación para el Desarrollo" y "Comunicación como Desarrollo" en autores como Ballesteros, Basz, Bernabé, Borda y Erro, entre otros, la autora propone un nuevo término original que es la "Comunicación para la Solidaridad". Este término es analizado, definido y caracterizado, plasmando así que, la hipótesis y objetivo planteado, no debe circunscribirse sólo a las ONG de Desarrollo, sino a toda organización del sector solidario no lucrativo o Tercer Sector.

Palabras clave

Comunicación para la Solidaridad; ONG; Periodismo; profesionalización; Ética

Abstract

Starting from the essential interest in the processes that improve relations and communication between social organizations and the Media in Spain, the objective of this research has been to demonstrate that to achieve professionalization, the NGOs (Non Governmental Organizations) need professional journalists in their Areas of Communication and Press Offices to manage information and to relate with traditional and alternative Mass Media. Those journalists need to do their job with a high degree of professional and ethical excellence.

The research has followed a qualitative and experiential methodology. The qualitative methodology has been done in the literature review (from manuals, articles and publications related to the subject). The experiential methodology has been used because the author brought over fifteen years of experience as Press Officer and Communication Manager in Organizations of the Third Sector (Social, Non-Profit and NGOs) to the research. She also has received continuous training over the years and

has developed skills by the direct daily contact with journalists, Media and organizations in the Third Sector.

As a result of research, and after analyzing terms used in the current era of globalization such as "Communication for Development" and "Communication as Development" by authors such as Ballesteros, Basz, Barnabas, Borda and Erro among others, the author of this research proposes a new and original term: "Communication for Solidarity". This term is used, defined and characterized, thus the hypothesis and objectives of this research could not be confined only to NGO specialized in Development Projects, but also, to any Nonprofit Organization or Third Sector or Solidarity Sector organizations.

Keywords

Communication for Solidarity; NGOs; Journalism; professionalization; Ethics.

Introducción y metodología

El interés de la autora por la Comunicación y la Solidaridad, su interrelación, conexión y causalidad, suscitan esta investigación. A ello se suma la praxis de la profesión periodística durante más de veinte años y experimentar la relación entre periodistas de medios y departamentos de comunicación del Tercer Sector.

Habiendo localizado material sobre todo centrado en la Comunicación para el Desarrollo, se propone, analiza, define y caracteriza el término Comunicación para la Solidaridad, más amplio, concreto e idóneo para tratar las cuestiones relacionadas con todos los procesos de solidaridad que tienen lugar en la sociedad.

Se trata de comprobar cómo la mejor relación profesional entre los periodistas del Tercer Sector y los periodistas de medios influyen en la consecución de dicha "Comunicación para la Solidaridad" y nos acercan al logro de esos cambios que se quieren alcanzar para lograr un mundo mejor.

Se ha seguido una metodología cualitativa y experiencial. Cualitativa, con la revisión y acopio de fuentes de información de autores, manuales, artículos, publicaciones, y textos relacionados con la materia a tratar, y realizando un análisis, selección e interpretación de los contenidos más relevantes para la investigación. Experiencial porque se aporta a la investigación los años de experiencia de la autora, en medios y coordinando departamentos de comunicación y prensa en entidades del Tercer Sector, así como la formación continua y el contacto cotidiano con la realidad analizada.

1. Revisión teórica de la cuestión

Como "la comunicación es un poder influyente que puede ser utilizado de manera positiva o negativa, es por tanto necesario ponerla al servicio del bienestar de la

humanidad para la promoción de la paz, la comprensión y la tolerancia” (Markiewicz, 2002: 187). El objetivo de la comunicación, pues, debería ser proporcionar los conocimientos necesarios para poder tomar decisiones que ayuden a que sus vidas y las vidas de todas las personas, mejoren. En torno a esta línea se desarrollan las investigaciones de los autores que en las últimas décadas han estudiado la cuestión de la “Comunicación para el Desarrollo”, aunque siempre centrado en información internacional Norte-Sur y en la necesidad de lograr objetivos de desarrollo.

Así, la comunicación y el periodismo, correctamente ejercidos, escuecen a lo instituido cuando son independientes, y sacan a la luz lo que está escondido, lo auto-referencial, lo falso, lo simulado.

La comunicación compromete porque nos exige escuchar y nos obliga a cambiar. La comunicación llama a la participación decisiva, porque genera procesos creativos, ingobernables desde arriba. Comunicarse democratiza, denuncia la, tantas veces incumplida, promesa del desarrollo para todos y todas, y pone a dialogar a todas las piezas de una institución o de un planeta (Erro, 2007: 20).

Pero en esta época vivimos el hecho de que Internet, y antes la televisión, ha sido “convertida en una nueva fuente de la historia, la pequeña pantalla del televisor elabora y relata versiones incompetentes y erróneas, que se imponen sin ser contrastadas con fuentes auténticas o documentos originales” (Kapuscinski, 2005: 15). Por eso es necesario recordar la necesidad de excelencia y que “el periodismo no es una técnica de descripción, sino un arte de la comprensión” (Meysan, 2005), y tras la comprensión, viene el compromiso, así “los hombres que adornan el Panteón internacional de la prensa han marcado esta profesión, no sólo por su talento literario, sino por la brillantez de sus compromisos” (Marthoz, 2002: 199).

Teniendo en cuenta la mercantilización del periodismo y la comunicación que se ha producido los últimos años, no podemos dejar de insistir con Nos Aldás (2002) en no caer en la “mercantilización del sufrimiento” que además “no modifica los problemas de fondo y en cambio debilita el prestigio y la imagen de las ONG” (21).

1.1 Comunicación para el Desarrollo: extracto de la revisión teórica realizada

La comunicación modifica las conductas de las personas y como “en desarrollo político, social y económico, buena parte de los resultados se dirimen gracias a los cambios que las personas, gobiernos y organizaciones introducen en sus

comportamientos y decisiones” (Basz, 2008: 59), es lógico concluir que una adecuada comunicación resulta esencial para la consecución de objetivos de desarrollo.

Consideramos la Comunicación para el Desarrollo teniendo en cuenta que su pertinencia y preeminencia es algo que “debemos de modo singular al Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación” (Agudiez, 2008: 15), es decir, al conocido como Informe McBride que aseguraba ya hace casi 30 años, que “procede considerar la comunicación como un elemento fundamental del desarrollo, (...) que permite garantizar una participación política real en la adopción de decisiones, una base de información central para la definición de las grandes opciones y un instrumento que facilite la clara percepción de las prioridades nacionales” (McBride et al., 1987: 440).

La Comunicación al Desarrollo es un “campo multidisciplinar de las relaciones internacionales” (Bernabé, 2001: 128) y, según Freek (2004), son tres las “componentes vitales para una efectiva Comunicación para el Desarrollo: emociones, información y diálogo”. También son tres sus principales protagonistas: las entidades y organismos internacionales, los medios de comunicación y las ONG, y se puede desarrollar a través de proyectos en el Norte o en el Sur (Bernabé, 2005: 37).

Si nos fijamos en Ramiro Beltrán (Borda, 2007: 22) afirmamos que Comunicación para el Desarrollo “se refiere a la capacidad que los medios masivos tienen para crear una atmósfera pública favorable al cambio; (...) al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de la comunicación”. Y también lo es la que busca objetivos de desarrollo a través de la comunicación que genere “un cambio de conducta asociado con objetivos de desarrollo” (Basz, 2008: 60). Es horizontal y participativa de manera “que impregne y atraviese transversalmente un proceso de desarrollo” (Ballesteros, 2005: 12).

1.2 De Comunicación para el Desarrollo a Comunicación como Desarrollo

Ya Quirós afirmaba que la comunicación en sentido democrático y horizontal constituye “en sí misma un proceso de desarrollo, pues desde que planteamos la necesidad de un profundo cambio social, el problema de la participación veraz y efectiva se nos presenta como condición imprescindible para que el desarrollo no quede frustrado” (Quirós, 2001: 5). Y tal y como afirma la periodista María José Atiénzar (2002), “existe la necesidad de informar a la gente, a los ciudadanos y a los gobernantes,

sobre la tragedia del hambre y la pobreza. (...) En ello, el papel que pueden desempeñar los medios de comunicación es esencial”.

Teniendo además en cuenta que desde el Sur ya hace mucho tiempo que no sólo se pide ayuda o financiación, sino derecho a expresarse sin mediación o representantes, a ser escuchados y tenidos en cuenta, se propone que “la Comunicación ‘para’ el Desarrollo cambie hasta convertirse en una Comunicación ‘como’ Desarrollo” (Erro, 2007: 20). Para lograrlo debemos tender a una comunicación más humana, que “además de lidiar con cifras y recetas se ocupa, fundamentalmente, de la gente (...) que reconoce a todos los seres como sujetos con capacidad comunicativa, como interlocutores válidos” (Erro, 2007: 20). Se trataría de una Comunicación humana y social que, por sí misma, se constituye en Desarrollo.

La comunicación es estratégica y “se convierte en una finalidad constitutiva del desarrollo que deseamos promover. Ya no hablamos más de Comunicación para el Desarrollo, sino de comunicación como desarrollo. Es un objetivo de desarrollo más” (Martínez, 2008: 134).

Pero para lograrlo, la comunicación “debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada (...) con vocación por el cambio, el bienestar, y la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia” (Contreras, 2000: 1). Sería un elemento de participación “vinculado directamente a la distribución del poder en una sociedad (...) que educa al sujeto en las posibilidades de cambio, lo remite a cuestionarse su entorno y lo ayuda a dotarse de los recursos para su superación” (Ballesteros, 2005: 12). Y todo ello sin perder de vista que queremos encontrar “la forma de combinar eficazmente los diferentes objetivos del Tercer Sector con una retórica eficaz culturalmente” (Nos Aldás, 2010: 131).

1.3 Propuesta y cambio de paradigma: Comunicación para la Solidaridad

¿Por qué aplicar todas estas teorías a todo el espectro social y ámbitos de actuación de las entidades del Tercer Sector? Se propone así un nuevo paradigma a contemplar que amplíe el campo de estudio hasta ahora analizado y que extrapole las cuestiones ya analizadas y teorías expuestas a todo el ámbito de la Comunicación relacionada con entidades solidarias: la “Comunicación para la Solidaridad”, que es la “comunicación personal y social que logra desencadenar procesos de solidaridad en cada persona y en la sociedad en su conjunto, logrando, con esos procesos, modificar de

manera positiva la realidad” (González, 2010: 134). Se apoyará en los medios de comunicación en sentido amplio.

La Comunicación para la Solidaridad es la posible respuesta pragmática a la pregunta existencial sobre cómo ayudar a otras personas y mejorar el mundo. Aunque no podemos dar cosas por sentadas, ya que no es raro que “desde Occidente se estimen como muy graves problemas que para los afectados son secundarios; con lo que nuestra ayuda puede caer en saco roto” (Gómez Ferri, 2003: 163). Y también forma parte de ese “un primer paso para ir construyendo entre todos y todas otra forma de comunicarnos que nos distinga como organizaciones solidarias” (Erro Sala y Burgui, 2010: 22).

Las componentes vitales de la Comunicación para la Solidaridad son las mismas de la Comunicación para el Desarrollo: emociones, información y diálogo; y sus protagonistas, igualmente, las entidades y organismos internacionales, los medios de comunicación y las ONG, a los que sumamos el receptor, es decir, la sociedad, las personas destinatarias de esa Comunicación, que harán los cambios. El objetivo y funcionamiento de la Comunicación para la Solidaridad es, tal y como quedó claro en una investigación previa (González, 2010: 226), que por medio de las ONG y de las informaciones y comunicaciones transmitidas por éstas con las herramientas necesarias y procesadas y multiplicadas por los periodistas en los medios, se logre transmitir a la sociedad la realidad en la que viven muchas personas en el mundo, las desigualdades entre países, las situaciones de emergencia y catástrofes más graves cuanto más pobres son sus víctimas, y generar con esa Comunicación para la Solidaridad la fuerza de la Esperanza para lograr objetivos de desarrollo y dignidad humana universal.

Las características generales se pueden sintetizar en (según González, 2010: 238):

- Cuidado en el tratamiento informativo de los colectivos y poblaciones.
- Afán de veracidad, mostrando la realidad sin caer en sensacionalismos emocionales.
- Esfuerzo por contextualizar la situación, mostrando la realidad de cada situación a denunciar, desentrañando las causas y contextos y planteando consecuencias.
- Creación de pequeñas-grandes obras de arte: periodismo en estado puro.
- Personalización, contando las historias de personas concretas y su evolución.

- Dejar el tiempo, imagen y palabra suficientes a los protagonistas de la situación.

2. Discusión y planteamiento experiencial

Investigamos, como afirma Ciancio (2006: 9), aquellos “mecanismos por medio de los cuales el ‘manejo’ efectivo de la información pueda contribuir a una ayuda más sólida y eficiente”, y no se trataría sólo de lograr que los medios cubran informaciones de naturaleza social, internacional, de desarrollo y de solidaridad, sino de que “las poblaciones afectadas deben siempre constituir el centro y objeto de toda estrategia de comunicación”.

La globalización ha creado situaciones sinérgicas que posibilitan ayudar desde cualquier parte del mundo: “globalización de la solidaridad” (Gómez Ferri 2003: 156) sin perder de vista también que “la globalización está pilotada por dos poderes: el económico y, dentro o al lado de éste, por el poder ideológico en la actualidad encarnado por estos grandes grupos mediáticos que conforman la ideología contemporánea” (Ramonet 2004: 42). Así, hoy en día, “la información no cumple esencialmente una función social ni de entretenimiento. La información es mercancía. Cumple una función económica” (Topper, 2002: 189). Y ese afán por “vender” puede hacer que perdamos de vista que “el deber de los periodistas, no es el de conmovir, sino el de hacer un análisis profundo de las causas y de las responsabilidades del drama y desvelar el rostro oculto” (Markiewicz, 2002: 181).

En este contexto destacaremos que las ONG son “verdaderos laboratorios de comunicación, organizaciones que por su propia naturaleza viven para comunicar” (Vidal, 2004). Y, pese a que la comunicación apenas ha llegado a la madurez en el ámbito de las ONG españolas, considerándosele (Bernabé, 2005) la “hermana pobre de la cooperación para el desarrollo”, sin embargo, muchas ONG concluyen que necesitan tener a alguien especializado en comunicación que les ayude a llegar a los *mass media* y comienzan a propiciar la creación de Departamentos de Comunicación o Gabinetes de Medios en su seno. Y esto ocurre principalmente por tres motivos:

- La creciente importancia que las ONG tienen en la sociedad española.
- La necesaria profesionalización exigida a las ONG.
- La necesidad de las ONG por ampliar de sus bases sociales y sensibilizar.

Es importante desconfiar de visiones que nos presenten a los “medios como problema” y hacer una visión autocrítica compartida, ya que si profundizamos un poco en la relación entre medios y ONG encontramos que tienen “más de seducción y complicidad que de tensiones”, entendiendo que esta seducción y complicidad ha sido posible porque tanto medios como ONG han compartido en muchas ocasiones códigos “basados en la imagen, la simplicidad y el espectáculo” (Erro, 2006). Precisamente, para luchar contra esta mercantilización del mensaje, se propone una mayor profesionalización de los Departamentos de Comunicación en las ONG y una mayor sensibilización y formación por parte de los medios de comunicación.

En 2006 tuvo lugar el “I Taller sobre Comunicación y ONGD” y en 2007 el “I Encuentro de las ONG de Desarrollo. Retos de un sector en cambio”, y fruto de todo ello la CONGDE (Coordinadora de ONG de Desarrollo de España) editó en marzo de 2007 el informe “Los medios de comunicación y las ONGD” que asegura que el gran reto de la comunicación en las ONGD consiste en llegar al punto en el que puedan confluir los intereses de los medios de comunicación con los de las ONGD, en potenciar coincidencias y no divergencias y facilitar encuentros. Y es que “ganar la batalla de la solidaridad internacional va a depender en gran medida de la actitud y la implicación que adopten los medios de comunicación social. [...] Sin ellos es prácticamente imposible el avance de la solidaridad internacional” (Díaz-Salazar, 1996: 230-231).

Barry y Jempson recuerdan que “los periodistas se muestran escépticos ante los enfoques que, en el marco de relaciones públicas, intentan ‘vender’ ideas y planteamientos predeterminados, incluso cuando éstos proceden de ONG”, por eso, la formación y sensibilización sobre estas cuestiones ayudará a los profesionales de los medios de comunicación a evaluar la validez de las campañas y a trabajar más eficazmente con las ONG, que a su vez, “deben estar seguros de que pueden confiar en sus contactos de los medios de comunicación” (FIP, 2002:49). En definitiva:

1. Los profesionales de los medios pueden ayudar a las organizaciones a comprender su funcionamiento para lograr despertar más interés.
2. Las ONG pueden ayudar a promover la participación, desarrollar proyectos y lograr genuinos relatos, además de ser vehículos para acercar las vidas de las personas.

Marthoz (2006) recuerda que medios y ONG tienen objetivos y tareas diferentes. Las ONG culpan a los medios de no entenderlas o de no oírlas, pero ellas no se ponen en el lugar de los periodistas. Y es que conocer las prácticas profesionales es necesario

para la comunicación de las ONG. Quizá, según Erro (2006), una solución sería la exhortación ética a los medios exigiendo su responsabilidad social y a la vez, mejorar en el avance técnico y profesional de las ONG.

2.1 La voz de la experiencia. Resultados de una encuesta

Uno de los aspectos de la Comunicación para la Solidaridad que más debates suscita en el Tercer Sector es la profesionalización de las ONG y de sus departamentos de comunicación de las mismas y cómo mejorar la relación entre periodistas de medios y periodistas de gabinetes de comunicación de ONG para lograr mejores resultados.

Tras una encuesta respondida por cerca de setenta personas consideradas “voces de expertos”, entre los que hay periodistas de medios españoles y responsables de Comunicación de ONG extraigo que:

- Se considera fundamental (73,4%) o muy importante (26,6%) la comunicación social y periodística como elemento para lograr el desarrollo humano en el mundo.
- Las dos áreas de las ONG que deberían contar con profesionales remunerados han sido Comunicación y publicaciones y Administración y contabilidad.
- Un 98,4% considera que los Departamentos de Comunicación deben contar con personal remunerado. Y el 96,8% respondió que deberían ser periodistas.
- Las tres características profesionales más valoradas para desempeñar tareas de Responsables de Comunicación en ONG han sido, por este orden:
 - Ser licenciado en periodismo u otras titulaciones de comunicación.
 - Tener alta sensibilidad por temas sociales, desarrollo, etc., que trate la ONG.
 - Tener altos conocimientos de nuevas tecnologías.
- En cuanto a lo que deberían mejorar los Responsables de Comunicación en su trabajo profesional las cinco opciones más seleccionadas, por este orden, han sido:
 - Tener un lenguaje mucho más fácil y comprensible para todos.
 - Conocer mejor las herramientas on-line y oportunidades de Internet.

- Tener más contactos y en más profundidad, con los periodistas de medios.
- Mejorar la calidad de la información que transmiten a los medios.
- Facilitar fotos e imágenes en movimiento a los medios de comunicación.
- El 86% opinó que debería de existir un Código de Conducta especialmente para las ONG y a su labor. Sin embargo el 20,3% no sabía que existiera el Código de Conducta en las ONG de Desarrollo ni el Código de Conducta sobre imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo. Más del 85% eran periodistas de medios.
- El 43,7% considera que los medios de comunicación no informan bien sobre las ONG y sus proyectos, y el 51,5% respondió que sí pero con carencias y vicios.
- Los errores que cometen los periodistas de medios al informar sobre ONG son:
 - No tienen en cuenta la profundidad de los temas que tratan.
 - Usan excesivos estereotipos a la hora de tratar los temas de las ONG.
 - No contextualizan la información que les facilitan desde las ONG.
 - No conocen la realidad de los países en los que las ONG trabajan.
 - No conocen la realidad jurídica y social de los proyectos de las ONG.
 - Se guían por criterios económicos buscando lo que vende.
- El 31,7% considera que los medios deberían conocer mucho mejor a las ONG.
- El 87,3% considera a las ONG fuentes informativas muy importantes y fiables.
- El 84,1% opina que los medios de comunicación son básicos para las ONG.
- Para mejorar la relación entre medios de comunicación y ONG se debe:
 - Tener más contacto personal entre los profesionales.
 - Participar en iniciativas, foros y redes on-line y presenciales donde coincidan.
 - Generar más unión por parte de las asociaciones de profesionales.

- Organizar Jornadas específicas de formación sobre ONG para los medios.
- Formar específicamente en medios a los profesionales de las ONG.

Conclusiones

1. La Comunicación ayuda a cambiar el mundo. Se puede ofrecer una nueva visión optimista sobre las ONG y el trabajo profesional periodístico, justificada en una revisión teórica que insista en el uso de la comunicación social y periodística para lograr la sensibilización de la opinión pública, cambios de actitud, mayor desarrollo humano y una sociedad más justa y solidaria.
2. La unión de Comunicación y Desarrollo lo debemos al Informe McBride. La Comunicación para el Desarrollo es la que persigue cambios de conducta asociados a objetivos de desarrollo. Cuando la comunicación se convierte en un objetivo en sí, hablamos de Comunicación como Desarrollo.
3. La Comunicación para la Solidaridad amplía la Comunicación para el Desarrollo extendiéndola a todo el Tercer Sector. Es esa comunicación personal y social que, apoyada en los medios de comunicación y su labor, logra desencadenar procesos de solidaridad en cada persona y en la sociedad en su conjunto, logrando, con esos procesos, modificar actitudes y mejorando la realidad para poder lograr un mundo mejor. Sus características son: el cuidado en el tratamiento informativo y comunicativo de los colectivos a los que nos dirigimos dándoles la palabra, mostrar la realidad tal cual es huyendo de sensacionalismos, contextualización y explicación de causas, máxima profesionalidad en cada proyecto y acción comunicativa, capacidad didáctica y adaptación del lenguaje para que sea comprendido.
4. Los periodistas de medios y periodistas de departamentos de comunicación están condenados a entenderse. Les une la función social del periodismo. Su trabajo conjunto ayuda a mejorar y cambiar el mundo. Si hay una profesión imprescindible en la construcción de la solidaridad, es el periodismo, pero últimamente su actividad se ha desvirtuado. El mutuo conocimiento y entendimiento entre estos profesionales debe comenzar durante la formación en Facultades de Periodismo y Ciencias de la Información.

5. La comunicación forma parte de la esencia misma de las organizaciones, que deben desempeñarla con mayor profesionalidad, creatividad y eficacia. Los Departamentos de Comunicación de las ONG en España no han logrado profesionalizarse, necesitan más apoyo social y del sector y contar en su equipo con Directores/as o Responsables de Comunicación, periodistas, especialistas en comunicación, profesionales motivados por la misión de la organización, con sensibilidad social, ética y responsabilidad profesional, con formación y curiosidad continua, habilidades comunicativas innatas, multidisciplinariedad, con conocimiento de herramientas y nuevas tecnologías, creatividad, autonomía y coordinación y buen humor.

Bibliografía

- Agudiez Calvo, P. (2008). Obstáculos y oportunidades del sistema internacional de la información. Políticas de información y comunicación. La responsabilidad de los gobiernos. En Martínez, R. y Lubetkin, M. (eds.) *Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia*. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI de España Editores S.A.
- Atienzar, M. J. (2002). La Comunicación para el desarrollo. Recuperado de <http://www.lainsignia.org/>. Artículo completo en http://www.lainsignia.org/2002/enero/cul_018.htm Originalmente publicado por el Centro de Colaboraciones Solidarias <http://ccs.org.es/>
- Ballesteros Carrasco, B. (2005). La Comunicación para el Desarrollo: Concepto y problemas de aplicación en la Cooperación Española. *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, 15, Otoño/Invierno.
- Basz, P. (2008). Las dificultades comunicativas de las agencias de desarrollo en Martínez, R. y Lubetkin, M. (eds.). *Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia*. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI de España Editores S.A..
- Bernabé Fraguas, J. (2005). Proyectos de Comunicación para el Desarrollo en España: importancia, formación de profesionales en la materia y expectativas de futuro. en *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, 15, Otoño/Invierno.
- Borda Vega, J. C. (2007). El poder de una comunicación incluyente para el desarrollo en El Sur, *Revista de Cooperación*, Médicos Mundi, Navarra, 24 (Comunicación y Desarrollo), junio.
- Ciancio, A. (2007). Los medios de difusión y la acción humanitaria. Un nuevo marco para el debate. En Arcas Mantas, I. (2007). *Medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a las crisis*. Madrid: IECAH (Instituto de Estudios sobre Conflictos y Acción Humanitaria).
- Contreras Baspineiro, A. (2000). Comunicación-desarrollo para otro occidente, *Razón y Palabra*, 18, mayo-julio. Recuperado de www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n18/18acontreras.html
- Díaz Salazar, R. (1996). *Redes de solidaridad internacional*. Madrid: Ediciones HOAC.
- Erro Sala, J. (2006). ¿Pensar la comunicación o revisar el modelo de ONGD? En Nos Aldás, E. y Gámez Fuentes, M.J. (Eds.). *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la (des) articulación social*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universidad Jaume I.

- Erro Sala, J. (2007). La comunicación como problema para el desarrollo en El Sur, *Revista de Cooperación*, Medicos Mundi, Navarra, 24 (Comunicación y Desarrollo), junio.
- Erro Sala, J. y Burgui, T. (2010). Introducción: Comunicar haciendo solidaridad y cooperación en tiempos de la cultura audiovisual. En J. Erro Sala y T. Burgui (Eds.), *Comunicando para la Solidaridad y la Cooperación. Cómo salir de la encrucijada* (pp. 5-22). Pamplona: Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- Feek, W. (2004). El arte de la comunicación. 20 de octubre de 2004. Recuperado de <http://www.comminit.com>. Artículo completo en http://www.comminit.com/la/drum_beat_83.html traducido del original del 1 de diciembre de 2003 http://www.comminit.com/drum_beat_226.html
- Federación Internacional De Periodistas (FIP) (2002). Restituir los derechos de la infancia. Los derechos del niño y los medios de comunicación. En McIntyre, P. *Guía para periodistas y profesionales de la prensa*. Comisión Europea.
- Gómez Ferri, J. (2003). Sensibilizando a los otros, solidarizándonos con ellos: la antropología en la intervención social solidaria. En Benet, V. J. y Nos Aldás, E. (Eds.) (2003). *La publicidad en el Tercer Sector. Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria*. Icaria. Barcelona.
- González Álvarez, M. I. (2010). *Comunicación para la Solidaridad: las ONG y el papel de la comunicación social y periodística en la sensibilización de la opinión pública y el desarrollo*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Kapuscinski, R. (2005). Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar). Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI). Coedición con Asociación de la Prensa de Cádiz, y Asociación de la Prensa de Madrid. Madrid
- Markiewicz, E. (2002). Dándole utilidad social a la información, en Nos Aldás, E. (Ed.) (2002), *Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria. ¿Relaciones imposibles?* Barcelona: Icaria.
- Marthoz, J-P. (2002). Sin humanidad, el periodismo no es más que mero negocio o propaganda, en Nos Aldás, E. (Ed.) (2002) *Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria. ¿Relaciones imposibles?* Barcelona: Icaria.
- Marthoz, J-P. (2007). Periodismo y ONG. Por una ética compartida de la información. En Arcas Mantas, I., *Medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a las crisis*. Madrid: IECAH (Instituto de Estudios sobre Conflictos y Acción Humanitaria).
- Martínez, R. y Lubetkin, M. (eds.) (2008). *Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia*. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI de España Editores S.A.
- McBride, S. et al. (1987). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: FCE.
- Meyssan, T. (20 de junio de 2005) El efecto CNN. La desinformación-espectáculo. Recuperado de <http://www.voltairenet.org>. Artículo completo en www.voltairenet.org/article125917.html
- Nos Aldás, E. (2002). Construyendo una comunicación para la paz y la cooperación al desarrollo, en Nos Aldás, E. (Ed.) (2002) *Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria. ¿Relaciones imposibles?* Barcelona: Icaria.
- Nos Aldás, E. (2010). Comunicación, cultura y educación para la solidaridad y el desarrollo. En J. Erro Sala y T. Burgui (Eds.), *Comunicando para la Solidaridad y la Cooperación. Cómo salir de la encrucijada* (pp. 113-135). Pamplona: Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía.

- Quirós, F. (2001). Recuperando el espíritu McBride. En Quirós, F. y Sierra, F. (Comp.) (2001). *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Ramonet Míguez, I. (2004). Los medios de comunicación en la política internacional. Conferencia pronunciada el 27 de octubre de 2004 y recogida en *Le Monde Diplomatique* (Edición Española) (2007). Globalización y medios de comunicación. Valencia: Eds. Cybermonde S.L.
- Topper, I. (2002). Del espectáculo a la función social. En Nos Aldás, E. (Ed.) (2002), *Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria. ¿Relaciones imposibles?* Barcelona: Icaria.
- Vidal Climent, V. (2004). La comunicación en las organizaciones no lucrativas. En Bel Mallén, J. I. (Coord.), *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Pamplona: EUNSA-Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Biografía

Marta Isabel González Álvarez es Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Curso Superior en Comunicación y Nuevas Tecnologías (IES-CEU- San Pablo), Técnico en Comunicación Integral por la Universidad Francisco de Vitoria (UFV) y Licenciada en Ciencias de la Información-Periodismo por UFV y UCM. Periodista con experiencia en medios, es desde el año 2000 Directora de Comunicación en el Tercer Sector y Consultora en Comunicación Institucional. Desde 2012 trabaja en Manos Unidas, donde hoy es Jefa de Prensa. Compagina profesión con docencia e investigación científica. Su Tesis “Comunicación para la solidaridad: las ONG y el papel de la comunicación social y periodística en la sensibilización de la opinión pública y el desarrollo” dentro del programa Planteamientos Teóricos, Estructurales y Éticos de la Comunicación de Masas, fue calificada Sobresaliente Cum Laude. Miembro del Grupo de Investigación “Comunicación y Sociedad Digital” de la UNIR y docente en el Máster de “Periodismo Social” de la Universidad CEU San Pablo. Sus últimos artículos científicos son “La profesionalización de la Comunicación para la Solidaridad: diagnóstico y propuestas para el sector en España” y “Las Nuevas Tecnologías y las Redes Sociales en la Comunicación para la Solidaridad”. Correo electrónico: martaisabelgonzalez@yahoo.es.

Los valores a través de la publicidad iberoamericana. Marco y propuesta de análisis léxico: Los anuncios argentinos premiados en 2013

Values through Latin American advertising. Framework and proposal on lexical analysis: Argentinian ads awarded in 2013

María Dolores Gutiérrez Guerrero, Universidad de Málaga
Juan Salvador Victoria Mas, Universidad de Málaga

Resumen

Esta investigación se circunscribe en el marco más amplio del estudio de los valores a través de la publicidad iberoamericana. En este trabajo concretamente se pretende hacer una propuesta de estudio y análisis de los valores en la publicidad mediante el análisis léxico cuantitativo. Obviando la definición de “valores”, la cual ha sido ampliamente tratada, nuestra propuesta se centra directamente en un modelo metodológico aplicable a esta categoría genérica. En primer lugar, realizamos un repaso teórico de la utilidad y justificación de esta metodología en el campo de la publicidad, concretamente en el estudio de los valores que transmiten los textos publicitarios. A continuación, exponemos, a modo de ejemplo, una aplicación a un caso específico: los anuncios más premiados de Argentina según el Ranking de Publicidad Iberoamericana UNIR 2013.

Palabras clave

Publicidad; valores; análisis léxico; premios.

Abstract

This research is located in the broader context of the study of values through Latin American Advertising. This paper specifically aims at making a proposal to study and analyze the values in advertising by quantitative lexical analysis. Beyond the definition of “values”, which has been widely treated, our proposal focuses directly on a methodological model applicable to this generic category. First, we conducted a theoretical review of the usefulness and justification of this methodology in the field of advertising, particularly in the study of values conveyed by the advertising copy. Next, we present as an example one application to a specific case: the most awarded ads from Argentina as ranked by Latin American Advertising Ranking UNIR 2013.

Keywords

Advertising; values; lexical analysis; awards.

Introducción

En último término, los valores son elementos clave en la sociedad porque influyen en el comportamiento de las personas. La publicidad transmite valores, educa en los modos de consumir, las maneras de pensar, actuar, establece nuevas conductas y tendencias (Hellín, 2006: 201). Al mismo tiempo, la publicidad es un reflejo de la sociedad, de forma que publicidad y valores son por tanto objetos complementarios que

merecen ser estudiados complementariamente. El punto de partida no puede ser otro que determinar cuáles son los valores predominantes en los anuncios.

Pareciera que el estudio de los valores es un valor. Son frecuentes las investigaciones que adoptan esta perspectiva –a la vez que categoría– pero pocas las que innovan en sus propuestas metodológicas sobre una base sólida que justifique su relevancia. En este contexto se sitúa nuestra investigación. No en la base (la cual ha sido ampliamente tratada y pocas veces fijada) sino en la propuesta metodológica.

1. *Status questionis* de referencia

El estudio de los valores en la publicidad se ha datado –casi de forma unánime– en los años 80. Durante esa década, la referencia se ha fijado en los estudios de Richard Pollay (1986) y su famosa teoría del “Espejo Distorsionado”. En la década posterior podemos reseñar, más en relación con nuestro campo de estudio, dos trabajos significativos en este ámbito. Por un lado, la investigación de Sri Kandath (1992) acerca de la publicidad hindú; en ella se mostraban como valores predominantes la tecnología, la modernización y el consumismo. Y por otro lado, el análisis realizado por Ai Ling Liao, según el cual los spots premiados en el festival de Cannes entre 1985 y 1990 transmitían los siguientes valores: éxito, comodidad, tecnología y juventud, dejándose a un lado los valores calidad y servicio del producto (Méndiz, 2005: 77).

En el ámbito nacional, cabría destacar –también durante la década de los 90 y en relación especial a nuestro campo de estudio– los trabajos de Agustín Perdiguier (1993), que utilizó asimismo los anuncios de Cannes como muestra para su análisis; de Lucía Domínguez (1995), cuyo análisis atendía a los tipos de consumidor y a los valores que se transmitía en la publicidad televisiva; y Alfonso Méndiz (1995), que ha estudiado desde entonces la publicidad en relación a los valores, los jóvenes y las nuevas tecnologías.

2. Marco metodológico: Análisis de contenido y análisis léxico cuantitativo

En cuanto a la perspectiva que queremos adoptar, el análisis léxico se enmarca dentro del análisis de contenido, que, como es sabido, está muy bien valorado como estrategia para el análisis en trabajos del ámbito de las ciencias de la comunicación. Según Krippendorff, este último consistiría en “una técnica de investigación destinada a

formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (1990: 28).

Bardin (1986: 24) hace hincapié en la utilidad del análisis de contenido para recopilar y estudiar “repertorios” de términos en mensajes publicitarios, algo que se aproxima bastante al objetivo de la metodología propuesta en este trabajo. Curiosamente el primer análisis de contenido detectado también estuvo muy relacionado con los objetos de estudio que se tratan en estas páginas: valores y palabras. Según Bardin (1986: 10) uno de los primeros análisis de contenido propiamente dicho se realizó en Suecia en el año 1640 y fue un estudio de léxico y valores. Se analizaron 90 himnos religiosos con el objetivo de localizar en ellos alguna palabra “peligrosa” que influyera “negativamente” sobre los luteranos. Fue por tanto, un análisis de contenido, en el que se analizaron “los diferentes temas religiosos, de los valores y sus formas de aparición (favorable o desfavorable)”.

De aquellos tiempos a la actualidad el análisis de contenido se ha perfeccionado, aumentando de “forma exponencial” el interés por usarlo desde los años ochenta. Y el afán por establecer “criterios de validez” ha supuesto que en el ámbito del análisis de contenido se haya ido consiguiendo una “madurez cada vez mayor” (Krippendorff, 1990: 27)

En cuanto al aspecto léxico del análisis, cabría fijar la más concreta de nuestras metodologías acudiendo al Diccionario de la Real Academia Española: en él encontramos una acepción especialmente conveniente a nuestro objeto de estudio: “Vocabulario, conjunto de las palabras de un idioma, o de las que pertenecen al uso de una región, a una actividad determinada, a un campo semántico dado, etc.”. El léxico es un objeto de análisis y sirve para conformar un corpus. Para Alvar, Rodríguez y Pérez (1994: 10) un corpus de este tipo es “un conjunto homogéneo de documentos lingüísticos que se toman como modelo de un estado o nivel de lengua predeterminado, al cual representan o se pretenden que representen. Este conjunto de enunciados se someterá a un tratamiento informático cuyos resultados permiten el mejor conocimiento de las estructuras lingüísticas de la lengua representada”.

En tercer lugar, para completar el modelo propuesto, hemos optado por dotarle de un carácter cuantitativo. De esta forma, lo que sirve de información es la frecuencia de aparición de ciertas características de contenido, y está muy “ligado a corpus extensos que den lugar a frecuencias suficientemente elevadas para que sean posibles los cálculos” (Bardin, 1986: 88). La gran ventaja de este sistema es la posibilidad de

elaborar una lista que indique por orden de frecuencia decreciente las palabras plenas, estableciendo con ellas estadísticas para poder ver si se confirman o se refutan las hipótesis planteadas en el inicio de la investigación (Bardin, 1986: 65).

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías este tipo de análisis ha recibido un impulso muy significativo. La aplicación de determinados programas informáticos es fundamental a la hora de hacer un análisis cuantitativo, en primer lugar, por la comodidad que supone para el investigador, en segundo lugar por la capacidad de almacenamiento de datos y por último por las posibilidades de cálculo riguroso que ofrece un ordenador. Todo esto es muy útil teniendo en cuenta que “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010: 5)

Para completar nuestra propuesta metodológica, la hipótesis de partida haría referencia por tanto al análisis léxico como herramienta útil para el estudio de los valores en la publicidad. La cuantificación del léxico permite determinar la presencia de los valores en los anuncios porque el pensamiento y la emoción (el “lugar” propio de los valores) es y está en la palabra. Afirmamos que en función de las frecuencias de aparición se puede establecer una categorización de los valores más recurrentes y de este modo determinar cuáles son los promovidos por el fenómeno publicitario en la sociedad.

2. Metodología aplicada

De esta forma, con este análisis cuantitativo léxico se plantean los siguientes objetivos:

- Estudiar los valores presentes en la publicidad iberoamericana, concretamente de Argentina.
- Comprobar si los valores predominantes en el léxico de los anuncios más premiados en dicho país se aproximan al materialismo o al postmaterialismo.
- Observar las estrategias de los publicistas para persuadir al consumidor.
- Determinar el léxico más usado en la publicidad argentina y relacionarlo con las recomendaciones realizadas por los expertos en la persuasión a través de la redacción publicitaria.

Para ello, se ha seleccionado Argentina por ser el país con más premios de festivales y concursos publicitarios internacionales y con el español de idioma oficial, según el ranking UNIR referente a la publicidad del año 2013. En dicho ranking se identificaron los cuatro anuncios argentinos más premiados; éstos pertenecen a las marcas Axe (Ponce, 2013), Huggies (Leo Burnett Argentina, 2013), Jeep (Kimberly-Klark Argentina, 2013) y TEDx (Ogilvy & Mather Argentina, 2013).

Tabla 1. Anuncios que componen la muestra

Marca	Nombre de la campaña publicitaria
Axe	Young and Mature
TEDx	Grupo
Jeep	GPS para perderse
Huggies	Embarazados

Fuente: Ranking Iberoamericano de publicidad UNIR 2013.

Para determinar qué valores estaban presentes en dichos spots se hizo una transcripción de todos sus términos verbales. Posteriormente se elaboró un listado de todas las palabras recogidas y de su correspondiente número de apariciones. Para ello se usó la herramienta Word List del programa informático AntConc. En esa lista se descartaron las palabras vacías (artículos, pronombres y preposiciones) por ser estas incapaces de expresar valores. Los valores numéricos y los nombres de marca se registraron como “número” y “marca” para facilitar el recuento.

Tabla 2. Resultados

Posición	Axe Palabras	Axe Repeticiones	Huggies Palab.	Huggies Repet.	Jeep Palab.	Jeep Repet.	Tedx Palab.	Tedx Repet.	General Palab .	General Rep.
1	Marca	3	Marca	7	Marca	7	Mar-ca	23	Mar-ca	40
2	Mature	2	Nuevo	3	Perders e	6	Grup o	14	Grup o	14
3	Nuevo	2	Barriga	2	GPS	4	Ideas	7	Nú-mero	10
4	Seducir	2	Embara-zados	2	Desa-parecer	2	Nú-mero	7	Ideas	7
5	Young	2	Embara-zo	2	Días	2	Mund o	6	Mund o	6
6	Núme-ro	1	Hola	2	Hay	2	Son	5	Per-derse	6

7	Edad	1	Mira	2	Modo	2	Camb ia	4	Nue- vo	5
8	Hay	1	No	2	Necesita- tas	2	Tucu	4	Son	5
9	Hoy	1	Papás	2	Núme- ro	2	Cuent a	3	Cam- bia	4
10	Jóve- nes	1	Sentís	2	Prohi- bido	2	Difun- -dir	3	GPS	4
11	Madu- ras	1	También	2	Solo	2	Arrib a	2	Hay	4

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2 se detallan los resultados obtenidos del análisis. Las columnas hacen referencia a las palabras plenas que han aparecido con más frecuencia y al número de veces que se repiten en cada uno de los cuatro anuncios. Las dos columnas finales se refieren a la muestra en general sin hacer separaciones por anuncios.

Como se puede observar en estos resultados, los valores más frecuentes en los anuncios que conforman la muestra son: Marca, Número y Novedad, tanto a nivel individual como en general.

3. Discusión acerca de la metodología aplicada

El valor marca es el más presente. El nombre del producto o marca sigue siendo el elemento más importante de un anuncio y que un redactor publicitario, salvo excepciones justificadas como, por ejemplo, el caso de los *teaser*, nunca se debe omitir (Beltrán y Cruces, 2006: 31). La marca sirve para identificar algo o a alguien dentro de una sociedad y es el sustantivo más importante en un anuncio: “todo nombre es una marca convencional de identificación social capaz de designar constantemente y de manera única a un individuo único” (Benveniste, 1978: 200).

El segundo valor más transmitido es el numérico. La alta presencia a nivel general de los números en los anuncios que componen la muestra da a entender tres hechos:

- La importancia de la argumentación racional, objetiva y detallada. A pesar de parecer una estrategia persuasiva fría o aburrida, suele ser muy efectiva “cuando el público objetivo no espera ni desea de la publicidad florituras innecesarias” (Martínez Pérez, 2004: 36).
- El afán de los publicistas por transmitir rigor y credibilidad en sus mensajes publicitarios.
- Los números que aparecen en estos anuncios son cuantificaciones de diferentes tipos, que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 3. Tipos de cuantificaciones presentes

Temporal	Ejemplo: “Primeros cien días” (Huggies)
Cantidad	Ejemplo: “dos tipos de desodorante” (Axe). “30 shows”, “962 000 oyentes” (Grupo TEDx)
Espacial	Ejemplo: “a 50 metros” (Jeep)

Fuente: elaboración propia.

El siguiente valor más transmitido es novedad, como demuestra la frecuencia de la aparición del término “nuevo”. Al igual que en el caso del valor marca, tampoco es de extrañar que ocurra esto ya que los términos “nuevo”, “nueva”, “novedad” son palabras clave en publicidad; es obvio que lo novedoso suele llamar la atención del público. De hecho los grandes redactores publicitarios recomiendan su presencia siempre que las características del producto lo permitan (Castellblanque, 1997: 9).

En definitiva, el hecho de que los valores de marca, número y novedad sean los más frecuentes en la publicidad argentina premiada en 2013 nos podría llevar a dos tipos de consideraciones:

- En primer lugar, atendiendo a la clasificación de Inglehart para el estudio los valores en las sociedades postindustriales y a su división de los valores en materialistas y postmaterialistas (1977: 21 y ss.), cabría afirmar que los valores predominantes se corresponderían más con los determinados como valores materialistas. La palabra en los mensajes publicitarios no induce a cambios de tipo social, simplemente al consumo de los productos anunciados.
- En cuanto a lo comunicacional, es tónica la afirmación de que la publicidad se ha ido alejando de su papel informativo para centrarse en planteamientos emocionales, y ya no se da tanta información en torno a las características del producto (Hellín, 2006: 285). En el caso del presente análisis se pone de manifiesto que esa afirmación no se cumple en el plano textual (quizá sí en el de las imágenes pero ese no es nuestro objeto de estudio). Por otro lado, recientes investigaciones nos hablan de una nueva sensibilidad (*slow*) de cara a la comunicación publicitaria (Victoria, Gómez y Arjona, 2012), una sensibilidad que reaccionaría frente a la explicitud, lo cuantitativo y la simple novedad aceleradora de la comunicación comercial, pero una investigación aplicada como la que presentamos incidiría en el carácter minoritario –quizá emergente– de este movimiento.

Conclusiones

Nuestra investigación aplicada, además de señalar los valores materialistas como los más presentes en la publicidad argentina de 2013, nos ayuda a matizar ciertos aspectos comunicacionales tan recurrentemente tratados en la literatura académica y profesional. Pero fundamentalmente se trata de una demostración en sí misma de que el análisis léxico cuantitativo resulta apropiado para el estudio de los valores en la publicidad. La aplicación del análisis de contenido mediante la cuantificación del léxico permite determinar la presencia de los valores en los anuncios. Con la aplicación de programas informáticos como el AntConc se pueden conocer las frecuencias de aparición de las palabras que expresen valores y establecer una categorización de los que estén más presentes.

Bibliografía

- Alvar Ezquerro, M., Blanco Rodríguez, M. J., y Pérez Lagos, F. (1994). *Diseño de un corpus español en el marco de un corpus europeo*. (pp. 9-29) Málaga: Universidad de Málaga.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido* (Vol. 89). Madrid: Ediciones Akal.
- Beltrán, R. (2006). *Redacción publicitaria. Técnicas para aprehender a crear anuncios publicitarios*. Sevilla: Trillas.
- Benveniste, E. (1978). *Problemas de lingüística general*, II. Siglo XXI, México.
- Castellblanque, M. (1997). *Manual del redactor publicitario: reglas, normas y técnicas que hay que dominar antes de olvidar*. Barcelona: CIMS.
- Domínguez, L. (1995). *Publicidad y Valores. Modelos de consumidor y análisis de valores en la publicidad televisiva actual*. Tesis Doctoral en Comunicación Pública. Universidad de Navarra, Pamplona.
- Hellín, P. (2007). *Publicidad y valores posmodernos* (Vol. 6). Madrid: Editorial Visión Libros.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution* (Vol. 8). Princeton: Princeton University Press.
- Kimberly-Klark Argentina (2013). Embarazados, Huggies. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=e9uqQZhrHHA&x-yt-cl=84411374&x-yt-ts=1421828030#t=21>.
- Krippendorff, K. y Wolfson, L. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Leo Burnett Argentina (2013). El GPS para perderse, Jeep. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=fpaoBeSMbE0>.
- Martínez Pérez, O. (2004). *Redacción publicitaria: estrategias de redacción*. Granada: Ediciones La Montaña (Tadeo).
- Martínez Pérez, O. (2004). *Redacción publicitaria: el anuncio y los medios*, Granada: Ediciones La Montaña (Tadeo).
- Méndiz, A. (2005). Una ética olvidada: publicidad, valores y estilos de vida. In *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público*

- (pp. 61-86). Valencia: Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
- Méndiz, A. (1988). La imagen de la mujer en la publicidad televisiva. En López Escobar, E. y Orihuela, J. L. (eds.). *La responsabilidad pública del periodista*, Pamplona: Servicio de publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Méndiz, A. (1995). Internacionalización de las campañas / Personalización de los medios: La publicidad transnacional de Coca-Cola, *Comunicación y Sociedad*, VIII (2), VII-XII: 117-132.
- Méndiz, A. et al (2001). Valores culturales y estilos formales en la publicidad televisiva actual, *XVI Jornadas Internacionales de Comunicación*, Universidad de Navarra (ed. de las Actas: en prensa).
- Ogilvy & Mather Argentina (2013). Grupo TEDx, TEDx Buenos Aires. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=SXJxplwjQBE>.
- Perdiguer, A. (1993). *Análisis del tratamiento formal de spots en televisión* (Festival de Cannes 1971-1991). Bellaterra: Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Pollay, R. W. (1986). The distorted mirror: Reflections on the unintended consequences of advertising. *The Journal of Marketing*, 18-36.
- Ponce (2013). Young and Mature, Axe Argentina. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=16Arj6VcKm8>.
- Srikandath, S. (1992). Cultural Values Depicted in Indian Television Advertising, *Gazzete*, 48: 15-24.
- Ranking UNIR (2013). www.rankingdepublicidad.unir.net.
- Victoria, J.S. (2012). *Slow: La cultura del cariño* (pp. 41-94), en Victoria, J.S., Gómez, A. y Arjona, B. (2012): *Comunicación Slow (y la Publicidad como excusa)*. Madrid: Fragua.

Agradecimientos

Agradecemos el apoyo prestado al grupo de investigación *PROCOMM: Gdl-13 Comunicación multimedia, marketing experiencial y Publicidad*, del Plan Propio de Investigación UNIR 2013-2015.

Biografía

María Dolores Gutiérrez Guerrero. Licenciada en Historia por la Universidad de Sevilla y graduada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Gales. Ha sido docente durante diez años en ESCO, Escuela Superior de Comunicación de Granada. Actualmente está realizando su tesis doctoral en la Universidad de Málaga sobre los valores en la publicidad. Correo electrónico: mdgutierrezg@gmail.com.

Juan Salvador Victoria Mas. Profesor Titular en CAV y Publicidad en la Facultad de CC de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Director de ComInteractiva (Congreso Internacional de Comunicación Interactiva): www.cominteractiva.com. Profesor visitante de la University of Illinois (EEUU), Northwestern University (EEUU), Institute of Higher European Studies (Holanda), Warsaw School of Social Sciences and Humanities (Polonia), Universidad Bolivariana de Medellín (Colombia) y Universidad Realística de México. Asesor de empresas de comunicación a nivel internacional (McCann-Ericksson) y nacional (Grupo Ingenia, Ari Telecom, Dinacom Consulting). Autor de seis libros y medio centenar de artículos en relación con la comunicación audiovisual, comercial e interactiva. Correo electrónico: jsvictoria@uma.es.

El Derecho Administrativo de la Comunicación

Administrative Law of Communication

Sara Sistero Ródenas, Universitat Jaume I

Resumen

El artículo se desarrolla en el contexto de la llamada Reforma del Derecho administrativo y parte de la necesidad de dotar de mayor fuerza directiva al conjunto de las ciencias sociales de la Administración, en especial en lo referente a los retos que la Sociedad de la información y el conocimiento les plantea. En concreto, se estudian la información y la comunicación en tanto nuevas categorías fundamentales dentro de la disciplina y su efecto sobre la concepción del procedimiento administrativo. La propuesta ofrece la noción de Derecho administrativo de la comunicación, como concepto teórico que canaliza y sistematiza el auge de todas estas cuestiones.

Palabras clave

Reforma del Derecho administrativo; administración relacional; comunicación; procedimiento administrativo; cultura administrativa.

Abstract

The paper is developed in the context of the so-called administrative Law reform. It is founded in the need to provide greater drive to the social sciences of the Administration, especially with regard to the challenges posed by the information and knowledge society. Concretely information and communication are studied as new fundamental categories in the field, and their effects in the conception of the administrative process. The proposal offers the notion of communication administrative Law, as the theoretical concept which gathers and channels the rise of all such questions.

Keywords

Administrative Law reform; relational administration; communication; administrative procedure, administrative culture.

Agradecimientos

A mi director de tesis, el catedrático de Derecho administrativo Ricardo García Macho, por su atención y consejo constantes y por haberme introducido en el mundo de la dogmática *iuspublicista* alemana. De su mano conocí también al catedrático alemán de Derecho del Estado Karl-Peter Sommermann, a quien agradezco su trato amable y cercano, así como su generosidad en los diálogos científicos mantenidos durante mis estancias de investigación en la Escuela de Espira. Igualmente, mi agradecimiento a los catedráticos José Luís Blasco Díaz y Javier Barnes Vázquez, por sus sinceros ofrecimientos y disposición a consulta. Por todo, a mis padres y a Jaume.

Biografía

Licenciada en Derecho (2009) y Máster en Práctica Jurídica (2010) por la Universidad Jaume I, ha sido beneficiaria de una beca FPU del Ministerio de Educación (2010-2014) para la realización del trabajo doctoral: «Las relaciones de información entre la Administración y el ciudadano» que finaliza en la misma Universidad Jaume I, de Castellón. Dentro de ese mismo programa formativo ha disfrutado de un traslado temporal de 8 meses en la Universidad Alemana para las Ciencias de la Administración, de Espira (2011/2012). Además, toda su labor investigadora se realiza con vinculación al Grupo de Investigación sobre la Reforma del Derecho administrativo (http://www.ventanillaunica.uji.es/LibroNaranja/ENG/GIRDA_eng.php), dirigido por el

catedrático Ricardo García Macho, con participación activa también en proyectos sobre transparencia económica, participación y gobernanza, financiados por el MICIIN y la Universidad Jaume I, entre otros organismos. Correo electrónico: sistero@uji.es.

Bloque V
Movilización social y
emociones

Part V
Social mobilization and
emotions

Indignación y movimientos sociales. Anatomía de una emoción moral *Indignation and Social Movements. Anatomy of a Moral Emotion*

Joaquín Gil Martínez, Universitat Jaume I

Resumen

Desde 2011 parece haberse generalizado un nuevo ciclo de protesta expresado en diversos movimientos sociales que abogan por el cambio social, político, cultural y económico, cada uno con sus particularidades, si bien en todos ellos se expresa un sentimiento generalizado de indignación ciudadana. El objetivo del presente trabajo es, pues, reflexionar sobre el papel de la indignación como emoción moral y su relación con los nuevos movimientos sociales. Se expondrá en primer lugar en qué consisten las emociones morales propiamente dichas. En segundo lugar se profundizará en la emoción de la indignación. Finalmente, se establecerá la relación entre ésta y su papel en la gestación de los nuevos movimientos sociales.

Palabras clave

Emociones morales; indignación; movimientos sociales; 15M; cambio social.

Abstract

Since 2011 a new cycle of protest has emerged, expressed in various social movements advocating for social, political, cultural and economic changes. Although having their own peculiarities, all of them are expressing a widespread sense of citizen indignation. This paper aims to consider the role of indignation as a moral emotion and its relation to the new social movements. First, it will define the nature of moral emotions in the proper sense of the term. Second, it will deepen into the emotion of indignation. Finally, the relation between this moral emotion and its role in the rise of new social movements will be established.

Keywords

Moral Emotion; indignation; social movements; 15M; social change.

Introducción

La crisis económica, el cinismo y la corrupción política parecen caracterizar, en gran parte, nuestras sociedades actuales. A su vez, oímos con cierta insistencia voces que reclaman no sólo democracia, sino también una mayor profundización en la misma, una mayor posibilidad de participación ciudadana, así como una gestión responsable de los asuntos públicos. Entre estas voces, un sentimiento, una emoción, es asimismo recurrente: la indignación. Ésta, de hecho, parece constituirse en una especie de fuerza motora para los nuevos movimientos sociales que han ido desarrollándose en los últimos años. La pregunta que cabe formularse es: ¿En qué radica esa potencialidad de la indignación?

El objetivo del presente trabajo es, precisamente, reflexionar sobre el papel de la indignación como emoción moral y su relación con los movimientos sociales. De este

modo, expondrá en primer lugar en qué consisten las emociones morales propiamente dichas. En segundo lugar, se analizará un tipo específico de emoción moral: la indignación. Finalmente, se profundizará en la relación entre esta emoción en particular y la gestación de los nuevos movimientos sociales que han ido surgiendo y consolidándose desde 2011.

1. Emociones reactivas y emociones morales

Las emociones humanas están dotadas de cierto componente cognitivo que las relaciona estrechamente con nuestras creencias, deseos y actitudes (Damasio, 1994; LeDoux, 1996), de modo tal que tienen su incidencia a la hora de comprender y explicar nuestra vida moral. De hecho, existe un conjunto de emociones morales que promueven o censuran conductas que cumplen o violan *normas morales* (Prinz, 2007: 68); esto es, “obligatorias incondicionalmente, generalizables e impersonales en la medida en que provienen de conceptos de bienestar, justicia y derechos” (Turiel et al., 1987: 169), lo cual las distingue de las meras reglas sociales, dotadas de un carácter convencional y adscritas a contextos socio-histórico-culturales más o menos coyunturales. Las emociones morales surgen necesariamente en referencia a hechos dotados de significación moral en tanto que vinculados a intereses normativos generalizables que afectan a personas diferentes del agente mismo (Haidt, 2003: 853).

En este sentido, hemos de darle importancia a las reacciones emotivas que experimentamos ante las actitudes e intenciones que se expresan en las relaciones intersubjetivas, en tanto que mediadas por sentimientos y emociones tales como el amor, el odio, la gratitud, el resentimiento, la admiración, el remordimiento, el perdón o la indignación. Las emociones reactivas serían, pues, respuestas “a la buena o mala voluntad de una persona hacia otras, incluyéndonos a nosotros” (Strawson, 1982: 63). Lo cual no significa que todas las emociones sean reactivas, ya que éstas corresponderían únicamente a “aquellas emociones vinculadas a expectativas generales” que se dan en el seno de las relaciones interpersonales (Wallace, 1996: 119).

Strawson distingue tres tipos de emociones reactivas, concernientes con la moralidad: las personales, las autorreactivas y las impersonales. Las personales “son esencialmente reacciones a la cualidad de las voluntades de los demás hacia nosotros mismos, tal y como se manifiesta en su comportamiento: a su buena o mala voluntad, a su indiferencia o falta de preocupación” (Strawson, 1982: 70). Son, pues, aquellas que

experimentamos cuando reaccionamos ante las actitudes, sentimientos o intenciones que otros tienen directamente hacia nosotros. El resentimiento, por ejemplo, sería una emoción reactiva personal en tanto que expresión de rabia que alguien siente cuando las acciones de otro atentan contra nuestra propia integridad.

Por su parte, las emociones autorreactivas “están asociadas a las exigencias que uno mismo se impone con respecto a los demás” (Strawson, 1982: 71) y corresponden a aquellas que experimentamos ante nuestras propias acciones o actitudes frente a otros, como por ejemplo el arrepentimiento, la vergüenza, la autocomplacencia o la culpa. Son, pues, reacciones ante el reconocimiento de que nuestra actitud o acción para con los demás fue dañina, ofensiva o beneficiosa, o una manifestación de hostilidad, indiferencia o buena voluntad hacia ellos.

Finalmente, las emociones reacciones impersonales serían aquellas en las que “se refleja la exigencia de una manifestación razonable de buena voluntad por parte de los demás (...) hacia todos los seres humanos” (Strawson, 1982: 71). Este tipo de emociones son descritas como las análogas, vicarias, desinteresadas o generalizadas de las emociones personales, de modo tal que corresponden no ya a aquellas que experimentamos ante la voluntad o acciones de los demás hacia nosotros mismos, sino hacia un tercero, lo cual les conferiría un destacado papel en el ámbito de la moralidad. La indignación, en este caso, sería una emoción reactiva moral en la que no interviene el interés o la dignidad de la persona que experimenta la reacción, sino que se trata, más bien, de su reacción ante las acciones y actitudes de los demás hacia otros seres humanos y no humanos. Las emociones morales impersonales, son, efectivamente, vicarias de las reactivas personales, de tal modo que la indignación sería, entonces, resentimiento, enfado o enejo en nombre de –o por- otro.

Por lo demás, en el ámbito de la moralidad “los tres tipos de actitudes se hallan humanamente conectados” (Strawson, 1982: 72), pues, efectivamente, forman las tres un entramado cuando corresponden a sentimientos y juicios morales basados en obligaciones y expectativas de comportamiento compartidas y universalizables, de modo tal que la transgresión por parte de un miembro de la comunidad moral debería desencadenar un sentimiento de culpa en éste, de resentimiento en la víctima y de indignación en el espectador.

Finalmente, conviene recordar que las expectativas y exigencias que subyacen a las emociones reactivas se expresan siempre en normas para la acción. Ahora bien, ello no implica que todas las actitudes reactivas constituyan sentimientos y emociones

morales, y viceversa (Wallace, 1996: 37), pues puede haber también contenido moral en emociones no-reactivas cuyo fundamento no son ya deberes y obligaciones, sino juicios morales evaluativos tales como la felicidad, la excelencia o la bondad. Por su parte, Bennett (1980: 46) sugiere que “una actitud es moral sólo si se apoya en un principio general o al menos en algo que no se refiera a un ítem particular como, por ejemplo, a algo que sólo me atañe a mí”. De modo que la diferencia entre emociones reactivas morales y no-morales se halla, entonces, determinada por el tipo de normas que expresan esas exigencias. Las emociones reactivas no-morales se encontrarán en referencia a reglas sociales más o menos convencionales, mientras que las propiamente morales estarán relacionadas necesariamente a normas y obligaciones propiamente morales. Si aceptamos, por ejemplo, los principios de la ética del discurso, entonces las normas y obligaciones morales son aquellas exigibles en la medida en que todos los miembros de la comunidad humana pueden aceptarlas, expresando, por ende, un interés universalizable.

2. La indignación como emoción moral

En todo ser humano existen cuatro emociones básicas o primarias de valencia negativa, a saber: el miedo, la tristeza, la ira y el asco (Ekman, 1992). Una de las emociones básicas que corresponde a la indignación es, precisamente, esta última. El asco tiene la finalidad adaptativa de rechazar una sustancia que atenta contra la salud y, de modo análogo, la indignación se experimenta reactivamente cuando la situación que se enfrenta se aleja y atenta contra normas y principios morales esperados, de modo tal que se siente la propensión a cambiarla a través de la denuncia o la protesta. Asimismo, la indignación es una emoción reactiva impersonal y vicaria que recibe el calificativo de moral al expresarse como reacción ante la calidad de la voluntad o acciones de otros hacia un tercero. La indignación, entonces, sería también resentimiento o enojo en nombre de otro, asociándose, por tanto, no sólo con la emoción básica del asco sino también con la de la ira.

Conviene aclarar que sí es posible indignarse por algo que nos hagan a nosotros mismos, pero en tales casos el punto de vista varía: lo que se ve afectado no son las características propias e individuales, sino aquello que nos atañe como miembros de un grupo, digamos, la clase de los seres humanos. Uno es, por así decirlo, una víctima impersonal que se indigna porque le han hecho algo que también le indignaría que le

hicieran a cualquier otro ser humano. Así pues, la indignación es, constitutivamente, una emoción reactiva moral en tanto que sólo surge cuando se violan ciertos principios o generalizaciones que podemos caracterizar como morales. Ello nos obliga a aclarar lo que distingue los principios morales de otros principios generales que no lo son y, por tanto, a distinguir entre reglas sociales, que son específicas de determinados grupos, y normas propiamente morales, las cuales parecen referirse a principios o generalizaciones tan amplias que valen para todo ser humano, tales como respetar la vida humana, evitar la crueldad y, en lo posible, el sufrimiento; a saber: principios en los que “se reafirma el sentido de simpatía y una humanidad común” (Strawson, 1980: 266). En definitiva, las condiciones necesarias para experimentar la indignación recaerían, en primer lugar, en incluir en la estructura misma de esta emoción la creencia de que se ha violado alguna exigencia moral.

De este modo, si pensamos en la justicia como una de las virtudes cardinales que abarca todas las cosas que se debe a los demás (Foot, 1978: 125), entonces creer que algo es injusto moralmente es condición necesaria para indignarse por ello. Tal creencia será, además, la razón de nuestra actitud negativa ante dicha injusticia, de modo tal que si las creencias morales no intervienen en la conformación de nuestra actitud, entonces no podremos estar indignados en sentido propio sino, a lo sumo, enojados o resentidos (Gordon, 1987: 56-57). Además, no cabe el aceptar que lo que se siente frente a una persona que viola una mera regla social sea indignación, pues lo que produce tal emoción debe radicar en algún aspecto moral y no en la mera violación de reglas más o menos convencionales. A pesar de ello, es posible, ciertamente, que algunos se indignen cuando se viola una regla social, pero si en estos casos no existe también una perspectiva moral, entonces, deberíamos concluir o que bien no es indignación aquello experimentado, sino enojo o resentimiento, o bien que tales personas sí que se indignan pero en la medida en que conceden significado moral a un tipo de regla que no consideraríamos como tal.

Sea como fuere, lo cierto es que el componente moral de la indignación añade a la mera desaprobación un componente adicional, capaz de hacer públicas la protesta y la desafección. Y ello, precisamente, en la medida en que la indignación –vinculada a las emociones de enojo, enfado o incluso ira o cólera en nombre de principios morales considerados de justicia– aporta un cierto grado de violencia suficiente –y necesaria– a la hora de construir y organizar una respuesta reactiva contra el causante de la injusticia

percibida. Es decir: la indignación, en tanto que emoción reactiva, nos hace responder airadamente ante el perjuicio moral percibido.

La respuesta suscitada por medio de la indignación, dada su participación con otras emociones vinculadas con la ira, dispone a una contestación y réplica firmes que trata de apaciguar la indignación experimentada. No obstante, de estados asociados a la ira difícilmente se podrá emitir juicios razonables y meditados y emprender acciones deliberadas capaces de solventar la injusticia percibida. Y es que, como señalaba Montaigne (2007: 1504): “La cólera no sólo turba, sino que cansa los brazos de quienes castigan. Este fuego aturde y consume su fuerza”. Es decir: los estados de resentimiento, ira o cólera asociados a la indignación –por más descentrados que sean– parecen estar reñidos con las acciones eficaces orientadas a modificar o reparar aquello que nos resulta indignante. Pues “mientras nosotros nos irritamos, la realidad sigue produciéndose según ella es y no según nosotros pensamos que debía ser” (Ortega y Gasset, 2001: 77). A la tempestad, por tanto, es necesario que le siga la calma.

3. Indignación y movimientos sociales

En los últimos años se han desarrollado numerosos movimientos sociales que conectan de modo eficaz lo global y lo local y que ponen de manifiesto una mayor conciencia ciudadana, desde Islandia en 2008, hasta Hong Kong en 2014, pasando por la Primavera árabe, las protestas en Grecia, Portugal, Brasil, Chile, Nicaragua y Turquía o el 15M en España, entre otros. Todos ellos configuran un nuevo ciclo de protesta, esto es, una secuencia escalonada de acción colectiva que tiene una frecuencia e intensidad extraordinarias y que se extiende a través de varias regiones geográficas y sectores sociales al aprovechar tanto las oportunidades políticas que se presentan como el nuevo tipo de técnicas de protesta utilizadas, esencialmente mediáticas (Tarrow, 1997: 207-233). Los recursos cognitivos que caracterizan estas nuevas formas de acción cívica son en parte continuación y en parte reformulación del ciclo de protesta anterior. Así, si los movimientos sociales de los años 60 y 70 fueron teorizados como radicalismo de clases medias ascendentes, gran parte de los movimientos actuales se podrían categorizar como “radicalismo defensivo de clases medias descendentes”, al menos en el contexto occidental (Gaggi y Narduzzi, 2006).

No obstante, la naturaleza compleja de este nuevo ciclo no se deja reducir a la crisis económica global iniciada en 2008, sino que se trata de protestas multicausales

que parten de un contexto de movilización generalizada. Las motivaciones y causas de este ciclo de protesta parecen ir desde la falta de derechos y libertades individuales y políticos al desmantelamiento del Estado de Bienestar en las sociedades occidentales y la crisis de legitimidad que afecta a las democracias liberales (Mouffe, 2000). Por tanto, “no fue solo la pobreza o la crisis económica o la falta de democracia lo que provocó esta rebelión polifacética, (...) fue fundamentalmente la humillación causada por el cinismo y la arrogancia de los poderosos, tanto del ámbito financiero como político y cultural” (Castells, 2012: 20). En el caso español, por ejemplo, no deja de ser llamativo que en un momento en el que el contenido mediático y las declaraciones de la clase política se centran en la cuestión económica, la sociedad acabe pidiendo más y mejor democracia.

Así mismo, varios autores (Ortiz et al., 2013: 14-30) señalan la presencia de cuatro temas principales referidos al ciclo de protestas entre 2006 y 2013: la justicia económica y la austeridad, la falta de representación política, cuestiones de justicia global y derechos de ciudadanía. Predominan, así, cuestiones referidas a principios de justicia que trascienden, en gran parte, el mero interés propio y particular y que ponen de manifiesto el fortalecimiento de una cierta conciencia global construida a partir de argumentos éticos y cívicos. No es de extrañar, pues, que las acciones llevadas a cabo por estos nuevos movimientos sociales se basen en la movilización cognitiva y que se sitúen en la dimensión más comunicativa y relacional de lo social, lo cual se pone de manifiesto en la importancia otorgada a los medios y redes (Castells, 2012). Asimismo, en la constitución de estos movimientos el factor emocional parece ser uno de los más relevantes. La insurgencia, de hecho, no empieza por un programa ni una estrategia política al uso, sino a partir de la transformación de la emoción en acción. Para que se forme un movimiento, la activación emocional de los individuos, además, debe coordinarse con la de otros a través de procesos de comunicación, creando una emoción colectiva y compartida. Por ello, la movilización emocional, estructurada tecnológicamente, es de gran importancia para entender este nuevo ciclo de protestas.

De hecho, la experiencia de la indignación compartida contribuye a explicar la participación en acciones colectivas en tanto que implica una externalización que promueve la demanda de indemnización y favorece la aparición de comportamientos orientados a lograr el cambio social. De ahí la importancia de subrayar la gravedad e injusticia de una determinada situación social, política, económica o cultural y redefinir “como injusto o moral lo que, previamente había sido visto como desafortunado pero

quizás tolerable” (Snow y Bendford, 1992: 137). Por ello, uno de los desencadenantes de los sentimientos de indignación y, de modo más extenso, de la acción colectiva, reside en la capacidad por definir colectivamente una situación como injusta. Para ello, además, es preciso que se atribuya la responsabilidad de la situación evaluada de forma negativa a un agente externo, pues si se realiza una atribución interna o si la situación se atribuye a factores externos azarosos, incontrolables o fuera de nuestro alcance, entonces será ciertamente más complicado producir una movilización colectiva.

Asimismo, es importante la gestión competencial de las emociones a la hora de que los distintos movimientos sociales surgidos de la experiencia de la indignación sean capaces de implementar acciones eficaces orientadas al cambio social. De hecho, la indignación como experiencia colectiva puede tomar varios caminos. Si la energía emocional de la indignación no se regula o canaliza hacia un objetivo determinado, si se queda enquistada dentro de las personas y grupos, puede estar abocada a un mero resentimiento conducente a meras expresiones de rabia o rencor, dos energías negativas que se descargan hacia uno mismo en el primer caso, y hacia los demás en el segundo, a través de la venganza –lleve esta, implícita o no, alguna expresión violenta–. Por otro lado, si esa energía lleva a los sujetos a la paralización, estaríamos entonces ante una situación de resignación. Este estado se caracteriza por la renuncia, la sumisión y la tristeza permanente por aquello que pudo ser y no fue, lastrando posteriores actuaciones y tiñendo el futuro autopercebido de derrota, desesperanza e indefensión. Finalmente, si esa energía se regula u orienta hacia un objetivo de crecimiento interior y de logro, si se emplea en un proceso de análisis y aprendizaje, generará superación, la cual lleva implícitas confianza, ilusión, esperanza y motivación. Estas son, de hecho, algunas de las emociones positivas necesarias para enfrentarse a los nuevos retos, para sumir riesgos y para producir y gestionar cambios.

De este modo, si bien la indignación es uno de los motores de la acción social y de la participación en acciones colectivas, ella por sí misma no parece suficiente para cambiar de modo efectivo la realidad ante la que uno se indigna; de modo tal que una correcta gestión del componente emocional necesita llevar de la indignación como tal al empoderamiento. En este sentido, volviendo al caso español, no es de extrañar que si bien la indignación inicial ante la coyuntura económica y política del momento fue un importante factor motivador del 15M en tanto que emoción moral incitadora a la acción y la transformación, ésta haya ido sosegándose con el tiempo y derivando en las distintas “Mareas”, predominando las reivindicaciones sectoriales ante el contexto de

recortes y crisis económica para, asimismo, ir cristalizando progresivamente en la formación de nuevos partidos políticos herederos en gran parte de las movilizaciones de 2011 y que tratan de hacer suyas las dinámicas que las caracterizaron, a la vez que recogiendo e impulsando ese nuevo sentimiento, ya no simplemente de ira asociada a la indignación inicial, sino a un sentimiento más elevado de empoderamiento, de conciencia de poder y capacidad de cambiar el orden de las cosas. Si no fuese por ello, por el paso de la indignación al empoderamiento, los movimientos sociales que abogan por el cambio se enquistarían y podrían quedar reducidos a meros casos anecdóticos en la historia de las movilizaciones sociales. No parece, en cualquier caso, que este sea el caso de este nuevo ciclo de protestas, el cual ha sabido reorientar acertadamente la indignación inicial en capacidad efectiva e ilusionante de cambio y transformación.

Conclusiones

Las emociones morales se caracterizan por promover conductas orientadas al bienestar propio y ajeno, y censurar aquellas que atentan contra normas y principios generalizables. Así, la indignación como emoción moral pone una mayor atención en los reclamos de las víctimas que en la propia persona. Requiere, por tanto, un sentido de los valores morales y una conciencia más o menos desarrollada de lo justo e injusto. Tiene, pues, un contenido cognitivo y constituye un tipo de racionalidad, por lo que habrá de reconocerse consecuentemente la existencia de elementos limitantes en el apartado teórico, así como la necesidad de una teoría crítica capaz de poner de manifiesto cómo un agravio moral percibido puede convertirse en expresión de negatividad social. Una gramática moral de los conflictos, basada en expectativas normativas de reconocimiento recíproco, bien puede servir como herramienta conceptual a la hora de formular dicha teoría crítica (Honneth, 1997; Torres, 2013).

Asimismo, la nueva manera de concebir los sujetos históricos que se da en la experiencia de la indignación constituye un referente a explorar en el intento por determinar su condición ética y política en el mundo contemporáneo. La indignación que se expresa en los nuevos movimientos sociales está orientada a promover cambios que respondan a sus demandas, a la vez que constituye una experiencia narrativa que afecta a la conciencia individual y colectiva y que se ve reforzada en tanto que referida a un núcleo normativo de exigencia de renovación de la relación entre lo ético y lo político. Así, la experiencia contemporánea de la indignación se erige como respuesta a

la pérdida de sentido de lo político, entendido como acción dirigida a la realización de lo humano como meta superior, como la capacidad de asumir nuestro propio destino y de ser transformadores del orden establecido (Nussbaum, 2008: 54).

No obstante, la indignación por sí sola no parece suficiente, ya que su asociación con estados de ira puede impedir la implementación meditada y eficaz de medidas orientadas a esa reconquista de lo político. Para que ello sea posible es necesario también un sentimiento positivo de empoderamiento que reoriente la acción colectiva más allá de la protesta para conducirla a la transformación ilusionante y decidida. Si la indignación no se transforma en empoderamiento los movimientos sociales no serán capaces de promover, en definitiva, los cambios necesarios para reparar aquello que percibimos como indignante, en el sentido propio –esto es, moral– de la palabra.

Bibliografía

- Bennett, J. (1980). Accountability. En Van Staaten, Z. (Ed.) *Philosophical Subjects. Essays presented to P. F. Strawson* (pp. 14-47). Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.
- Damasio, A. (1994). *Descartes' Error. Emotion, Reason and the Human Brain*. New York: Putnam.
- Ekman, P. (1992). A Set of Basic Emotions. *Psychological Review*, 99, 550-553.
- Foot, P. (1978). *Virtues and Vices*. Oxford: Blackwell.
- Gaggi, M. y Narduzzi, E. (2006). *El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste*. Madrid: Lengua de Trapo.
- Gordon, R. (1987). *The Structure of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haidt, J. (2003). The Moral Emotions. En Davidson, R. J., Scherer, K. R. y Goldsmith, H. H. (Eds.) *Handbook of Affective Sciences* (pp. 852-870). Oxford: Oxford University Press.
- Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Crítica.
- LeDoux, J. (1996). *The Emotional Brain*. New York: Simon & Schuster.
- Montaigne, M. (2007). Reservar la propia voluntad. En Montaigne, M. *Los Ensayos* (pp. 1496-1528). Barcelona: Acantilado.
- Mouffe, Ch. (2000). *The Democratic Paradox*. London/New York: Verso.
- Nussbaum, M. (2008). *Paisajes del pensamiento. La inteligencia de las emociones*. Barcelona: Paidós.
- Ortega y Gasset, J. (2001). *España invertebrada*. Madrid: Revista de Occidente.
- Ortiz, I., Sara, B., Berrada, M. y Cortés, H. (2013). *World Protests 2006-2013* (Working Paper). Initiative for Policy Dialogue/Friedrich-Ebert-Stiftung NY Office. Recuperado de http://policydialogue.org/files/publications/World_Protests_2006-2013-Complete_and_Final_4282014.pdf.
- Prinz, J. (2007). *The Emotional Construction of Morals*. New York: Oxford University Press.

- Snow, D. y Benford, R. (1992). Master Frames and Cycles of Protest. En Morris, A. y Mueller, C. M. (Eds.) *Frontiers in Social Movement Theory* (pp. 133-155). New Haven/ Londres: Yale University Press.
- Strawson, P. F. (1980). Reply to Bennett. En Van Staaten, Z. (Ed.) *Philosophical Subjects. Essays presented to P. F. Strawson* (pp. 260-266). Oxford: Oxford University Press.
- Strawson, P. F. (1982). Freedom and Resentment. En Watson, G. (Ed.) *Free Will* (pp. 59-80). Oxford: Oxford University Press.
- Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza
- Torres, J. (2013). Sobre el desprecio moral. Esbozo de una teoría crítica para los indignados. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 20 (58), 9-35.
- Turiel, E., Killen, M. y Helwig, C. (1987). Morality: Its Structure, Functions and Vagaries. En Kagan, J. y Lamb, S. (Eds.) *The Emergence of Morality in Young Children* (pp. 155-244). Chicago: University of Chicago Press.
- Wallace, R. J. (1996). *Responsibility and the Moral Sentiments*. Cambridge: Harvard University Press.

Agradecimientos

El presente trabajo forma parte del Proyecto de Investigación FI2013-47136-C2-2-P, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Biografía

Joaquín Gil es Investigador Contratado Doctor en el Departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I de Castellón. Licenciado en Humanidades en 2006 y doctor en Filosofía en 2011. Ha ampliado estudios en Alemania, en la Westfälische Wilhelms-Universität (Münster, 2009) y en el Institut für Philosophie de la Goethe-Universität (Frankfurt, 2010). Es miembro del Grupo de Investigación de Filosofía Política y Ética Empresarial de la Universitat Jaume I. Sus líneas principales de investigación se centran en la antropología filosófica, la filosofía del reconocimiento y la dimensión afectiva del ser humano. Correo electrónico: gilj@uji.es.

Social Emotions and Perception of Collective Poverty: A New Advertising Communication Perspective
Emociones sociales y percepción de la pobreza colectiva: una nueva estrategia de comunicación publicitaria

Daniel Pinazo Calatayud, Universidad Jaume I
 Cristina Díaz Martínez, Universidad Jaume I

Abstract

NGDO's advertising messages seek to raise audience awareness with strategies focusing on the dilemma of donation. The core of the message is to motivate people to make financial donations, but not to raise the donor's moral awareness. These messages encourage an impersonal moral reasoning of poverty, and constrain more active, alternative ways of collaborating. This paper aims to improve understanding of which variables predispose people to behave altruistically in moral awareness-raising messages. We describe two studies conducted to determine which dimensions of personality, emotions and judgments are related to greater engagement with NGOs. The results show that altruistic behaviours to help others are motivated by compassion, indignation, guilt, agreeableness, openness and perception of a situation as unjust and immoral.

Keywords

NGDOs; personality; dilemma of donation; moral emotions; communication.

Resumen

Los mensajes publicitarios de las ONGD pretenden sensibilizar a la audiencia centrando sus estrategias en el dilema de la donación. El objetivo de este mensaje es motivar a la audiencia para que realice donaciones económicas, pero no incrementa la conciencia moral del donante. Estos mensajes motivan un razonamiento moral impersonal sobre la pobreza, limitando formas alternativas más activas de colaboración. El presente trabajo tiene como objetivo mejorar la comprensión sobre qué variables predisponen a las personas a comportarse de forma altruista con mensajes de sensibilidad moral. Se describen dos estudios realizados para determinar qué dimensiones de personalidad, emociones y juicios están relacionados con un mayor compromiso con las ONGD. Los resultados muestran que los comportamientos altruistas dirigidos a ayudar a otros son motivados por la compasión, la indignación, la culpa, la amabilidad, la apertura y la percepción de una situación como injusta e inmoral.

Palabras clave

ONGD; personalidad; dilema de la donación; emociones morales; comunicación.

Theoretical Introduction

One function of NGDO's advertising is to evoke a feeling of solidarity. Its aim is to spread awareness of the moral need to help eradicate global poverty and to raise sufficient funds for work on the ground. In the area of solidarity for development, raising awareness means making audiences aware of the moral need to help NGOs

eradicate collective poverty. However, the latest findings from moral neuroscience reveal that the dominant discourse in “solidarity-based” advertising, grounded on the donor dilemma, is very limited in its capacity to raise awareness either cognitively or emotionally (Greene, Sommerville, Nystrom, Darley & Cohen 2001; Greene, 2003). Research has shown that in impersonal dilemmas, which include the donor dilemma, not helping is judged to be more permissible than in personal moral dilemmas. Recent proposals suggest that an advertising strategy other than one focusing on the donor dilemma could change or improve this situation (Pinazo, Barros, Peris, Ventura & Ávila, 2012; Pinazo & Nos-Aldás, 2013). Is asking for money enough to engage people to cooperate in eradicating poverty? This question leads us to seek alternative forms of donor participation.

1. Predisposition to Respond to the Donor Dilemma

Some advertising and marketing studies have demonstrated the effect of individual influences, which determine the way we perceive and respond to advertisements (e.g., Matthes, Wirth, Schemer & Kissling, 2011). In light of the significant impact that individual differences might have in prosocial behaviours like donating, in the following study we consider which personality traits may be related to the response to donate and/or become involved in non-profit organizations.

One of the main points of interest in altruism concerns learning how personality traits predispose individuals to donate. However, less interest has been shown in discovering which traits predispose other forms of prosocial behaviour to help eradicate poverty.

The literature on helping behaviour suggests that personality characteristics are more relevant when the pressure of the situation is weak. In a situation where the demand for help is weak there is no immediate need for help and/or the cost of helping is low for the donor (Piliavin, Dovidio, Gaertner & Clark, 1981; Snyder & Ickes, 1985; Carlo, Eisenberg, Troyer, Switze & Speer, 1991). In these circumstances it appears that empathy is the differentiating factor to be activated (Carlo et al., 1991).

Psychologists consider that personality can be described, in universal terms, by five basic dimensions, or factors known as the Big Five: agreeableness, extraversion, neuroticism, openness and conscientiousness (Digman, 1990). Agreeableness is the

most relevant dimension to explain prosocial behaviour, particularly in the form of altruistic behaviour (Graciano & Eisenberg, 1997).

Empathy is a component of agreeableness; agreeable people are more predisposed to empathize and collaborate with those who suffer through personal involvement. Neuroticism, in contrast, is associated with giving help to alleviate unpleasant feelings aroused by the victim, such as guilt. Similarly, conscientious people tend to make donations as a response to their feeling of social responsibility for those in need. Openness is associated with nonconformity (John & Srivastava, 1999), as well as acceptance of and curiosity about people from other cultures and people with this dimension are more predisposed to explore innovative forms of action. Extraverts are described as social, active, energetic and ambitious (Watson & Clark, 1994).

Although people respond according to their predispositions, they also learn in which situations their response tendency is more appropriate. Hence, the dominant expression in advertisements soliciting help suggests that the appropriate prosocial response and people's duty is to offer financial help. Thus, the guilt arising from feeling responsible for the suffering of a third party would be associated with donation as the learned altruistic response, rather than alternative ways of helping such as moral protest. By donating the donor avoids any moral condemnation of the causes of poverty, so that the action of condemnation expressed by participating in different forms of protest is qualitatively different from financial donation in its consequences and motivation. It is to be expected that people who are more predisposed to approach the other, regardless of their cultural and/or economic differences, and more predisposed to feel and alleviate their suffering, would be more predisposed to help in ways other than donating.

H1: We expect open and agreeable people to be more predisposed to perform actions of moral protest than to donate.

2. The Discourse of the Other's Suffering

There are few studies in the advertising literature on prosocial donation behaviour and the emotions involved in it (Bagozzi & Moore, 1994; Brunel & Nelson, 2000; Griffin et al., 1993; Kemp, Kennett-Hensel & Kees, 2013). Emotions play an important role in the development of attitudes towards and judgments about advertisements (Edell & Burke, 1987; Royo-Vela, 2005; Fasseur et al., 2006).

The strategy of targeting people who are predisposed to respond from a feeling of guilt could inhibit a more personal approach to the suffering of others, which would empower and involve donors in a critical way.

The judgement that a moral rule, such as social justice, has been violated carries a negative emotional response (Greene et al., 2001, 2003; Haidt, 2001; Prinz, 2007). Research on moral emotions finds that the perception of violation of moral rules evokes dismay or indignation, and raises moral awareness (Rozin, et al., 1993, 1999; Haidt, 1993, 2001). The emotion of indignation is present in the perception of the problem of collective poverty, and consequently, the motivation for deciding to help.

The moral condition of collective help establishes, first, the moral rule of wanting to alleviate the suffering poverty causes, which may be accompanied by the emotion of wanting to alleviate suffering. As we mentioned above, advertisements associated with the donor dilemma usually represent this desire to relieve suffering by arousing feelings of guilt.

Not helping can generate an unpleasant feeling of guilt, as an action is performed that is not morally acceptable and leads to the other's suffering (Lazarus, 1991; Baumeister, Stillwell & Heatherton, 1994; Greene, 2004).

However, the weakness of the message based on the feeling of guilt is that it only solicits a donation, and ignores alternative actions, and because it focuses attention on the donor who will do everything possible to feel good about him- or herself. As this is not the only way to collaborate with NGOs, the question arises of what moral emotions and perceptions are associated with different forms of collaboration.

The moral condition of collective help assumes the moral rule of preventing or condemning the conditions that create and sustain poverty (Minear, 1987; Tallon, 2008), which may be accompanied by a moral emotion of condemnation such as indignation. The social emotion of indignation seems to be of little relevance in the advertising strategy based on the donor dilemma. Advertising strategies have ignored social condemnation of the conditions that lead to suffering. Nevertheless, this emotion, associated with the perception of the situation of poverty, can motivate the donor's altruistic response. Both suffering and condemnation of the conditions that sustain poverty are relevant in raising moral awareness to help eradicate poverty (Pinazo & Nos-Aldás, 2013).

However, the donor dilemma as an advertising strategy seems to be aimed at people who have a predisposition to feel guilty or compassionate, emotions that have a

more evasive than critical component. The emotion of indignation, in turn, is associated with a judgment that opposes the situation, and which could encourage greater involvement. Individuals who donate may be more sensitive to rejecting the situation of poverty. However few studies have shown whether people who respond to requests for help from NGOs are driven by feelings of indignation, as well as guilt and compassion (Pinazo & Nos-Aldás, 2013).

H2: People who collaborate or are willing to collaborate with NGOs feel more guilty, indignant and compassionate than people who do not collaborate nor are predisposed to do so.

3. The Discourse of Social Condemnation of Poverty

Emotions of condemnation such as indignation are critical in the response to violations of moral norms (Haidt, 2003). They arise when the moral codes that affect the community are broken. These emotions lead to action by inducing prosocial responses such as helping others (Haidt, 2003; Moll, De Oliveira-Souza, Moll, Ignacio, Bramati, Caparelli-Dáquer & Eslinger 2005). The emotion of indignation is not only related to a clearer perception of injustice and immorality, as well as behaviours of moral condemnation, but also involves an emotionally intelligent response that does not require violence in its protest response (Nos-Aldás & Pinazo, 2013).

When an action is perceived as wrong a concomitant socio-emotional response occurs that triggers a judgment of condemnation to redress the injustice of the wrongdoing (Greene et al., 2001). Therefore, the perception of social injustice and the perceived immorality of not helping are affected both by guilt and compassion, and by the indignation involved in the situation. It is to be expected that people who feel engaged in eradicating poverty will have a clearer perception of the immorality of the situation and the social injustice it represents. Thus, strengthening social emotions of rejection of the conditions that give rise to the causes NGOs support would be an alternative advertising strategy to the donor dilemma to raise public awareness about the question of collective help to eradicate poverty.

H3: The perception of social injustice of collective poverty is significantly explained by the emotions of guilt and compassion as well as by indignation.

H4: The perception of immorality for not helping in a collective poverty dilemma is significantly explained both by the emotions of guilt and compassion as well as by indignation.

To test the hypotheses we conducted two studies; the first tested hypotheses 1 and 2 and the second, hypotheses 3 to 5.

4. Method

4.1. Study 1

4.1.1 Procedure and sample

A group of 500 people were given a three-part questionnaire to complete. They were previously asked if they helped NGOs in any way so as to analyze their different types of contributions. Only those who reported helping were selected, giving a total sample of 282 people. The first part of the survey referred to demographic data such as age, sex and educational level. The second part consisted of a personality questionnaire, and the third asked about their helping behaviour. Of the total sample 38,6% were men and 61,4% were women; educational level was divided into three groups: 25,4% had basic education, 37,3% had completed compulsory secondary school education or vocational training, and 37,1% were university graduates; age groups were as follows: 37,8% between 17 and 24 years, 33% between 25 and 39 years, 29,1% between 40 and 74 years.

4.1.2 Personality questionnaire

The study used the Spanish version of the “NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI)” (Sanz, Silva & Avia, 1999). The Cronbach alpha coefficient for the NEO-FFI scales in this study was: Neuroticism ($\alpha = .792$), Extraversion ($\alpha = .727$), Openness ($\alpha = .665$), Agreeableness ($\alpha = .632$) and Conscientiousness ($\alpha = .818$).

4.1.3 Development help behaviour

The participants who stated that they helped in some way were asked to indicate what type of help they gave from the following options: 1. I occasionally give money to an NGO; 2. I regularly donate money to an NGO; 3. I donate 0,7% of my income to help development; 4. I buy in fair trade shops; 5. I sign petitions for just causes; 6. I work as a volunteer for an NGO. We arranged the responses into two types of helping

behaviours: financial help, and help based on moral condemnation involving forms of participation other than direct financial donation.

Financial help included people who gave money either occasionally or regularly. This group comprised N=133 people. Help through condemnation comprised all respondents who stated that they bought in fair trade shops, donated 0,7% of their income, signed petitions for just causes or worked as a volunteer. Some of those who helped through condemnation also helped financially. The category of help through condemnation therefore included both those who only help through condemnation (N=98), and those who help through condemnation and financially (N=51). Finally, N=149 people helped through condemnation, of whom N=22 were volunteers. This variable comprised two categories: 1. Financial help, 2. Help through condemnation.

4.2. Study 2

4.2.1 Procedure

A questionnaire was designed with the following structure: 1. The header showed an image of poverty; 2. Below appeared a phrase that contextualised the questions that followed: ‘How do you feel about the poverty in the world?’; 3. Participants were then asked to answer the above question in relation to the following emotional adjectives: compassionate, guilty, indignant; 4. Two questions about the degree of morality and/or social justice of the situation of poverty were then asked: a. Do you think it is immoral not to help eradicate poverty in the world? b. Do you think poverty in the world is a social injustice?; 5. They were finally asked whether they currently collaborated with an NGDO or not, and if not, on their predisposition to cooperate if they were asked to. All the questions were answered on a scale of 1 to 7.

4.2.2 Sample

400 surveys were conducted; 200 people did not collaborate, nor were willing to collaborate with any NGDO or NGO; and the other 200 people were willing to collaborate with an NGDO or already did so. All the participants gave their informed consent prior to responding. Surveys that included unanswered or confusing items were removed from the sample, giving a final total of 369 people (203 women, mean age = 24,30; range 19-46; 187 with university degrees); 197 people were currently collaborating or were willing to collaborate with an NGDO (47 collaborated with an NGDO at the time of the survey, 16 collaborated with another type of NGO, 134 did not

collaborate with NGDOs but were willing to do so); 173 reported not collaborating with any NGDO nor being willing to do so if asked.

Conclusions and Discussion

The communication strategies used by large NGDOs highlight the suffering of others (donation dilemma) and generally ignore any social condemnation of the conditions that cause this suffering (Benthal, 2010; Concord, 2007; General Assembly of European NGO, 1989; Sogge, 1996).

The dilemmas focusing on the perception of the suffering of anonymous and physically distant others are impersonal dilemmas because the public's moral reasoning about them is impersonal (Greene et. al, 2001). Advertising based on impersonal moral dilemmas limits the scope of altruistic behaviour to donation. Thus, the potential donor avoids feelings of moral condemnation or engaging in alternative, more participatory forms of altruism. Advertising that raises moral awareness implies bringing the recipient closer to the donor by generating a personal moral reasoning. In personal dilemmas the donor feels that denying help would imply violating the moral rule to help those who depend on your support (Greene et al., 2001). Personal moral dilemmas could encourage participation in alternative altruistic proposals. To promote adherence to these proposals we need a better understanding of which variables predispose people to behave altruistically through moral awareness-raising messages.

Personality traits play an important role in this question. Moreover, the emotions the audience experience in response to advertisements are also important in explaining the various forms of prosocial behaviour. Study 1 shows that individuals who cooperate have a profile with a greater potential to behave altruistically. On the one hand they are agreeable and open to new experiences (Hypothesis 1). On the other hand, their response to the request for help is based on a range of emotions that goes beyond guilt or compassion and includes indignation and anger (Hypothesis 2). This implies that linkage strategies could be established with NGO based on the potential indignation or anger of a public that is predisposed to collaborate. Hypotheses 3 and 4 confirm the presence of these emotions as added values in the potential audience response, including the value of their judgments of poverty as immoral and unjust. The presence of these emotions and judgments suggests that interest in defending a cause is part of the

interested groups' desire to help. This desire contrasts with the emphasis on, for example, the brand or suffering, values that leave defending a cause out of the picture.

The study revealed two findings: first, people who are more predisposed to become involved in helping seem more inclined towards forms of altruism that are not purely economic; and second, the representation of the importance of eradicating poverty involves emotions of guilt, compassion and indignation, as well as the perception of the immorality of not helping and the social injustice of the situation. In other words, people with a predisposition to help incorporate alternative forms of help, based on moral protest, and their image of collective poverty is grounded on the indignity of the unjust and immoral situation faced by the person receiving the help. These results lead us to believe that to motivate people who do not collaborate with NGOs, the perception of injustice and immorality needs to be emphasized, and a perspective is needed that allows the viewer to feel indignant; complementary alternatives to financial help should also be included.

International organisations, commissions and experts highlight the importance of solidarity-based communication in raising awareness and changing behaviours to promote fairer societies among the objectives of education for development strategies (Sen, 2000; Streeten, 1997).

This approach shows the importance of fomenting ways of communicating that not only aim to raise funds, but also raise moral awareness and encourage social change as part of the functions of international NGO. Because indignation is an emotion that predisposes a person to act and behave altruistically (Haidt, 2003; Moll et al., 2005) we propose that indignation should form part of the message in solidarity-based communication along with the emotions of guilt and compassion.

Advertising strategies can be designed to stimulate impersonal and impulsive donation, or they can be addressed to people who are morally aware. In the latter case, advertising strategies should aim to activate their motivation to defend specific causes that they feel personally engaged with. This motivation to defend a cause will encourage a less standard response, in which the person will be open to help in ways other than the typical donation. In this situation personality traits play a major role. Specifically, agreeableness is the dimension associated with altruistic behaviours and openness is associated with nonconformity, acceptance and curiosity, which predisposes these individuals to take alternative forms of action. Thus, more open and agreeable people will be more predisposed to help in ways other than donation, although this does not

necessarily imply that they reject the donation option. Additionally, the emotions that advertising messages evoke in the audience are also important in explaining different manifestations of prosocial behaviour. NGDO's awareness-raising discourses trigger feelings of compassion and guilt about poverty.

A new advertising communication focus could improve the potential donors' evaluations of NGDOs. It is necessary and useful to cultivate involved, close relationships with donors (Moon & Azizi, 2013). But it is not clear that these relationships improve if the message highlights feelings of guilt, the suffering of poverty or the organisations' brand images. The cause an NGDO defends and for which it was created needs to be brought back into the foreground, as their main aim is to engage donors and maintain long-lasting relationships with them (Boenigk & Helmig, 2013; Waters, et al., 2011). The donation dilemma does not appear to be the appropriate advertising strategy to achieve this because other than making the donation, the donor's role is consigned to invisibility. The results of the present study offer an emotional and relational sphere from which new frames for long-lasting relationships with NGDOs can be created, offering alternative altruistic forms of collaboration without ignoring the need for donation. We believe in the effectiveness of solidarity-based advertising strategies that can evoke audience emotions such as guilt, compassion and indignation deriving from the perception of immorality and injustice. This strategy could maintain donor behaviour while at the same time increasing more engaged and widespread social action to other areas of help to eradicate poverty (Nos-Aldás & Pinazo, 2013).

Our research has some limitations that offer opportunities for future research in advertising and psychology. The range of emotions analysed is limited; other studies have found that emotions such as sadness, pride, anger and an individual's evaluation of his or her environment have implications for choices and decision making (Lerner & Keltner, 2000). It may be the case that other emotions are involved not only in persuasive processes but also, and linked with the focus of this study, in personal moral judgements. In addition, the motivations for action may differ according to a person's sex, as suggested in a recent study that establishes the relationship between the various implications advertisements can have according to the emotions they arouse and gender (Kemp, Kennett-Hensel & Kees, 2013). Alternative actions of solidarity should also be included and associated with personal moral judgements; the present study's contribution is limited in this aspect.

Bibliography

- Bagozzi, R. P. & Moore, D.J. (1994). Public service advertisements: Emotions and empathy guide prosocial behavior. *Journal of Marketing*, 58, 56-70. doi: 10.2307/1252251
- Batson, C. D., Klein, T. R., Highberger, L. & Shaw, L. L. (1995). Immorality from empathy-induced altruism: When compassion and justice conflict. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1042-1054. doi: 10.1037/0022-3514.68.6.1042
- Baumeister, R. F., Stillwell, A. M. & Heatherton, T. F. (1994). Guilt: An interpersonal approach. *Psychological Bulletin*, 115, 243-267. doi: 10.1037/0033-2909.115.2.243
- Baumeister, R.F., Zhang, L. & Vohs, K.D. (2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 8, 111-121.
- Benthall, J. (2010). *Disasters, relief and the media*, Wantage, UK: Sean Kingston Publishing.
- Boenigk, S. & Helmig, B. (2013). Why do donors donate? Examining the effects of organizational identification and identity salience on the relationships among satisfaction, loyalty and donation behaviour. *Journal of Service Research*, 00, 1-16.
- Black, M. (1992). *A cause for our times: Oxfam the first 50 years*. Oxford, UK: Oxfam.
- Brunel, F. F. & Nelson, M.R. (2000). Explaining gendered responses to “Help-Self” and “Help-Others” charity ad appeals: The mediating role of world-views. *Journal of Advertising*, 29, 15-28.
- Carlo, G., Eisenberg, N., Troyer, D., Switzer, G. & Speer, A.L. (1991). The altruistic personality: In what contexts is it apparent? *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 450-458.
- CONCORD (2007). Code of conduct on images and messages. Retrieved from <http://www.deeep.org/images/stories/DARE/CodeofConduct/code%20of%20conduct%20on%20messages%20and%20images.pdf>
- Davidson, R. J. & Harrington, A. (2002). *Visions of compassion: Western scientists and tibetanbuddhists examine human nature*. New York, NY: Oxford University Press.
- Deacon, D. (1999). Charitable images: The construction of voluntary sector news. In B. Franklin (Ed.), *Social policy, The media and misrepresentation* (pp. 51-68). London: Routledge.
- Development Education Exchange in Europe Project (2006). Code of conduct: Images and messages relating to the third world. Retrieved from <http://www.deeep.org/codeofconduct.html>
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417-440.
- Dogra, N. (2007). Reading NGOs visually - implications of visual images for NGO management. *Journal of International Development*, 19, 161-171.
- Eade, D. & Williams, S. (1995). *The OXFAM handbook of development and relief*. Oxford, UK: Oxfam.
- Edell, J. & Burke, M.C. (1987). The power of feelings in understanding advertising effects. *Journal of Consumer Research*, 14, 421-433.
- Faseur, T., & Geuens, M. (2006). Different positive feelings leading to different ad evaluations: the case of coziness, excitement, and romance. *Journal of Advertising*, 35, 129-139.

- General Assembly of European NGO (1989). Code of conduct on messages and images. Retrieved from <http://www.deeep.org/code-of-conduct.html>
- Graciano, W. G. & Eisenberg, N. (1997). Agreeableness: A dimension of personality. In R. Hogan, S. Briggs & J. Johnson (Eds.), *Handbook of Personality Psychology* (pp. 795-824). San Diego, CA: Academic Press.
- Greene, J. D. (2003). From neural is to moral ought: What are the moral implications of neuroscientific moral psychology? *Nature Reviews Neuroscience*, 4, 846-849.
- Greene, J. D., Nystrom, L.E., Engell, A.D., Darley, J.M. & Cohen, J.D. (2004). The neural bases of cognitive conflict and control in moral judgment. *Neuron*, 44, 389-400.
- Greene, J. D., Sommerville, R.B., Nystrom, L.E., Darley, J.M. & Cohen, J.D. (2001). An fMRI investigation of emotional engagement in moral judgment. *Science*, 293, 2105-2108.
- Griffin, M., Babin, B.J., Attaway, J.S. & Darden, W. (1993). Hey you, can ya spare some change? The case of empathy and personal distress as reactions to charitable appeals. *Advances in Consumer Research*, 20, 508-14.
- Haidt, J. T. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach or moral judgment. *Psychological Review*, 108, 814-834.
- Haidt, J. T. (2003). The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford, UK: Oxford University Press.
- John, O. P. & Srivastava, S. (1999). The big five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O.P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 102-138). New York, NY: The Guilford Press.
- Kemp, E. & Kennett-Hensel, P.A. (2013). Pulling on the heartstrings: Examining the effects of emotions and gender in persuasive appeals. *Journal of Advertising*, 42, 69-79.
- Lazarus, R. S. (1991). Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46, 819-834.
- Lederach, J.P. (2005). *The moral imagination: The art and soul of building peace*. Oxford, MA: Oxford University Press.
- Lerner, J. S., & Keltner, D. (2000). Beyond valence: Toward a model of emotion-specific influences on judgment and choice. *Cognition and Emotion*, 14, 473-93.
- Longhurst, J. (2006). *Making the news: An essential guide for effective media relations*. Canada, Ottawa: Novalis.
- Matthes, J., Wirth, W., Schemer, C. & Kissling, A.K. (2001). I see what you don't see: The role of individual differences in field dependence-independence as a predictor of product placement recall and brand liking. *Journal of Advertising*, 40, 85-99.
- Minear, L. (1987). The other mission of NGOs: Education and advocacy. *World Development*, 15, 201-211.
- Moll, J., de Oliveira-Souza, R., Moll, M.T., Ignacio, F.A., Bramati, I.E., Caparelli-Dáquer, E.M. & Eslinger, P.J. (2005). The moral affiliations of disgust: A functional mri study. *Cognitive Behavioral Neurology*, 18, 68-78.
- Moon, S. & Azizi, K. (2013). Finding donors by relationship fundraising. *Journal of Interactive Marketing*, 27, 112-129.
- Piliavin, J. Dovidio, A.J.F., Gaertner, S. L. & Clark III, R.D. (1981). *Emergency intervention*. New York, NY: Academic Press.

- Pinazo, D., Barros- Loscertales, A., Peris, R., Ventura- Campos, N. & Avila, C. (2012). The role of protest scenario in the neural response to the supportive communication. *International Journal of Non-Profit and Voluntary Sector Marketing*, 17, 263-274.
- Pinazo, D. & Nos-Aldás, E. (2013). Developing moral sensitivity through protest scenarios in International NGDO's communication. *Communication Research*, Published first online. 1-24. doi: 10.1177/0093650213490721. A.
- Prinz, J. J. (2007). *The emotional constructions of morals*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Pope, J. A., Isely, E.S. & Asamo-Tutu, F. (2009). Developing a marketing strategy for nonprofit organizations: An exploratory study. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 21, 184-201.
- Royo-Vela, M. (2005). Emotional and informational content in commercials. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, (Fall), 13-38.
- Rozin, P., Haidt, J. & McCauley, C.R. (1993). Disgust. In M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of Emotions* (pp. 575-594). New York: Guilford Press.
- Rozin, P., Lowery, L., Imada, S. & Haidt, J. (1999). The CAD triad hypothesis: A mapping between three moral emotions (contempt, anger, disgust) and three moral codes (community, autonomy, divinity). *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 574-586.
- Sanz, J., Silva, F. & Avia, M.D. (1999). La evaluación de la personalidad desde el modelo de los cinco grandes: el inventario de cinco factores NEO de Costa y McCrae. In F. Silva (Ed.), *Avances en Evaluación Psicológica* (pp. 171-234). Valencia: Promolibro.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality: On the rise of the mediapolis*. Cambridge: Polity Press.
- Snyder, M. & William. I. (1985). Personality and social behaviour. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology*, vol. 2, 3rd (pp. 883-947). New York: Random House.
- Sogge, D. (1996). *Compassion and calculation: The business of private foreign aid*. London, Chicago, IL: Pluto Press/Transnational Institute.
- Streeten, P.P. (1997). *Thinking about Development: Raffaele Mattioli Lectures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stürmer, S., Snyder, M. & Omoto, A.M. (2005). Pro-social emotions and helping: The moderating role of group membership. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 532-546.
- Tallon, R. (2008). The image dilemma: The ethics of using images of the poor for fundraising and awareness campaigns. Presented at DevNet, Conference Peripheral Visions, Victoria University, Wellington, New Zealand, December.
- Waters, R. D. & Jones, P.M. (2011). Using video to build and organization's identity and brand: A content analysis of nonprofit organizations Youtube Videos. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 23, 248-268.
- Watson, D. & Clark, L.A. (1999). *The PANAS-X manual for the positive and negative affect schedule-expanded form*. Iowa, IA: University of Iowa.

Acknowledgement

This paper is part of the research project “Evaluación e indicadores de Sensibilidad Moral en la Comunicación Actual de los Movimientos Sociales” [Evaluation Model and Indicators of Moral Sensitivity in the Communication of Social

Movements] (CS02012–34066), funded by the Spanish State Secretary of Research, Development and Innovation of the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness).

Biography

Daniel Pinazo, Doctor of Social Psychology, Professor at the Universitat Jaume I of Castelló. Member of the Research Group of Social Development and Peace in University Jaume I. He has conducted several studies since 2007 on the following projects officially supported: Relationship between socially responsible corporate practices with socially responsible commitment to interest groups; Identifying and Assessing indicators of equality and non-discrimination, and occupational safety; Cultural effectiveness, NGOs and civil society: towards sustainable communication and Evaluation and indicators of moral sensitivity in the current communication of social movements (<http://www.e-comunicambiosocial.org/>). Latest relevant publications: Pinazo, D & Vazquez, C. 2014. The effect of meditation based on self-observation on cognitive responses in conflictive social interaction. *Nordic Psychology*, 3(66), 202-215; Pinazo, D. & Nos-Aldas, E. 2013. Developing moral sensitivity through protest scenarios in International NGDO's communication. *Communication Research*. First online. doi: 10.1177/0093650213490721. A; Nos-Aldás, E. & Pinazo, D. 2013. Communication and engagement for social justice. *Peace Review*, 25(3), 343-348. ISSN 1040-2659 (Print), 1469-9982 (Online); Pinazo, D.; Peris, R.; Ramos, A. & Brotons, J. 2013. Motivational effects of the perceived image of non-governmental organisations. *Journal of Community & Applied Social Psychology*. DOI: 10.1002/casp.2140. E-mail address: daniel.pinazo@psi.uji.es.

Cristina Díaz Martínez, Psychology PhD student at University Jaume I of Castelló. Her research focuses on the area of social psychology and work, specifically in mindfulness, social mindfulness, social discrimination, cooperation, organizational citizenship behavior, prosocial behavior, and coworkers trust. Currently she is working on her doctoral thesis about social mindfulness, trust between coworkers and organizational citizenship behavior (OCB) in profit and nonprofit organizations. Collaborating as member of technical secretariat of the Communication, Social Change and Civil Society #comunicambio Congress within the project Evaluation Model and Indicators of Moral Sensitivity in the Communication of Social Movements, funded by the Spanish State Secretary of Research, Development and Innovation of the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (<http://www.e-comunicambiosocial.org/>). E-mail address: al091224@uji.es.

La dimensió comunicativa de la protesta social. El cas del moviment antiglobalització i el model de la “diversitat tàctica”

Communicative dimension of social protest. The case of alterglobalization movement and the “diversity of tactics”

Arnau Matas Morell, Universitat de les Illes Balears

Resum

L’anomenat “moviment antiglobalització” ha representat un dels cicles de protesta més importants de les darreres dècades. D’entre els seus trets característics en destaca, especialment en les seves primeres fases, la gran presència d’acció directa. Aitals accions massives de protesta estaven caracteritzades, endemés, per la gran diversitat d’actors que hi prenien part. Això feia que hi hagués grans diferències sobre la visió del canvi social, la cultura de protesta i les opcions tàctiques d’acció de carrer. D’alguna manera, la tàctica concreta de cada actor encarnava comunicativament el model de canvi social pel qual apostava. En aquest sentit, els actors van haver de “negociar” sobre el terreny la forma en què l’acció es duria a terme. Els conflictes inherents a aquesta diversitat foren habituals i, en alguns casos, encetaren escletxes difícils de reparar: sortia a la superfície, de bell nou, el debat violència/no-violència. És, precisament, en aquest context de pluralitat d’actors en acció on sorgeix la noció teòrico-pràctica de la “diversitat tàctica”.

En aquesta comunicació ens proposem analitzar críticament aquesta noció tant en la seva accepció descriptiva (experiència històrica de coordinació de l’acció directa) com en la seva accepció normativa (model emancipador de gestió de la diversitat en contextos de protesta social). Sota aquest model de la “diversitat tàctica” surten a la llum tant l’eficàcia com els límits comunicatius dels diferents corrents de l’acció directa. A més a més, el seu estudi és clau en un sentit peculiar: permet problematitzar la distinció rígida entre violència i no-violència en el context de l’acció directa, permetent l’aplicació d’un “nou llenguatge de la desobediència” que té grans implicacions des del punt de vista comunicatiu. Llegir les accions del moviment antiglobalització a través d’un “continu violència/no-violència” ens permet transcendir la dicotomia problemàtica entre accions violentes i no-violentes en sentit estricte.

Paraules clau

Moviment antiglobalització; diversitat tàctica; violència; no-violència; acció directa.

Abstract

The so-called “anti-globalization movement” has represented one of the most important cycles of social protest in the last decades. Such massive protest actions were characterized by an important presence of direct action and a great diversity of actors, so they had to “negotiate” on the ground how the action would take place. Conflicts between actors soon emerged, specially around the question of violence/non-violence. In this context of plurality of actors in action arise the notion of “diversity of tactics”.

Our aim in this paper is to critically analyze this notion, both in its descriptive meaning (historical experience of coordinated direct action) and its normative sense (emancipatory model of diversity management in the context of social protest). Under the “diversity of tactics” experience we can see clearly the efficiency and the communicative limitations of different streams of direct action. Furthermore, this analysis is key in a peculiar sense: to contest the rigid dichotomy between violence and non-violence in a context of street direct action.

Keywords

Anti-globalization movement; diversity of tactics; violence; nonviolence; direct action.

Agraïments

Voldria agrair a la Universitat de les Illes Balears i al Ministeri d'Educació haver-me donat l'oportunitat de dur a terme la meva investigació.

Biografia

Arnau Matas és llicenciat en Filosofia per la Universitat de les Illes Balears i Màster Internacional en Pau, Conflictes i Desenvolupament per la Universitat Jaume I de Castelló. També ha estat beneficiari de les beques FPU del Ministeri d'Educació del Govern d'Espanya. Actualment és investigador del Grup de Recerca Política, Treball i Sostenibilitat de la Universitat de les Illes Balears i treballa en l'elaboració de la seva tesi doctoral. Les seves línies principals de recerca versen sobre els moviments socials, concretament el moviment antiglobalització i alguns dels seus actors més importants, com el cas de l'Acció Global dels Pobles. També realitza recerca en temes com els mitjans de comunicació alternatius o la memòria històrica. Adreça de contacte: arnau.matas@gmail.com.

Movimientos sociales en España. Las expresiones del malestar social en las sociedades del bienestar

Social movements in Spain. Social unrest expressions in welfare societies

Antonio F^o Alaminos Chica, IUDESP. Universidad de Alicante
Clemente Penalva Verdú, IUDESP. Universidad de Alicante

Resumen

La crisis actual se produce en un momento muy especial de la sociedad española. Tras un periodo de “burbuja” que había generado una cierta euforia económica, con incrementos notables en la calidad de vida, se produce un rápido, brusco e intenso declive, representado claramente por el incremento explosivo del desempleo. Las respuestas y protestas sociales adoptan una forma específica, que viene condicionada por varios elementos como son el establecimiento de las raíces de la identidad en el consumo y no en la producción, las segmentaciones que se vertebran según la organización del estado de bienestar (mareas), las iniciativas de democratización, etc. En definitiva, las protestas corresponden con las características de la sociedad que las acoge. Una sociedad postindustrial, con un estado de bienestar establecido y un régimen democrático osificado donde se banaliza la participación y los deseos de los ciudadanos.

Resulta crucial considerar las dimensiones visuales como parte del sistema de indicadores y medición que permiten comprender y explicar las condiciones sociales en que se producen y los futuros en que se desarrollan las protestas. La sociología visual y sus metodologías de observación son claves, especialmente con la generación de datos desde la sociedad misma (fotos, material de audio y video distribuidos por internet) así como por los medios de comunicación tradicionales. La comunicación muestra y detalla cómo se establece un sistema de códigos visuales comunicacionales (colores, manifestación/concentración, estructuras espaciales, por ejemplo) isomorfo con los contenidos reivindicativos. Evoluciona en el tiempo de acuerdo a una lógica expresiva que se desplaza desde lo particular hacia lo general, desde lo plástico a lo simbólico, desde la sociedad civil a la política, de la ocupación de los espacios públicos a la ocupación de las instituciones públicas.

Palabras clave

Movimientos sociales; “revolución española”; sociología visual; estructura social; crisis del Estado de Bienestar.

Abstract

The current crisis that began in 2007 came at a very special moment for the Spanish society. After a period of “bubble” that had generated some economic euphoria, with notable increase in quality of life, occurs a rapid, sudden and severe decline, clearly represented by the explosive increase in unemployment. Social protests took a specific form, which is conditioned by several elements like the establishment of the roots of identity in consumption and not in production, several segmentations that are structured according to the organization of the welfare state (tides), democratization initiatives, etc. Ultimately, the protests correspond to the structural characteristics of the society. The postindustrial society, established a welfare state, and a democratic regime, where the participation and wishes of citizens is trivialized. It is crucial to consider the visual dimensions as a system of indicators. The visual analysis is an approach to understanding, and explaining of the social conditions in

which the protests occur and are developed. The visual methodologies are keys, especially when the generation of data comes from the society itself (photos, audio and video materials distributed by internet). This paper describes and details how images define communication system codes (colors, demonstration/concentration, spatial structures, for example) isomorphic with the content. These processes evolves in time according to an expressive logic that moves from the particular to the general, from the plastic to the symbolic, from civil society to politics, the occupation of public spaces to the occupation of public institutions.

Keywords

Social movements; Spanish Revolution; visual sociology; social structure; welfare crisis.

Agradecimientos

Esta investigación se ha desarrollado en el contexto de un Proyecto Europeo del Programa Marie Curie, IRSES2, dirigido por el profesor Gary Spoilander y coordinado en España por la profesora María Asunción Martínez Roman.

Biografía

Antonio Alaminos Chica. Catedrático de sociología en la Universidad de Alicante. Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico: alaminos@ua.es.

Clemente Penalva Verdú. Profesor de sociología en la Universidad de Alicante. Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico Clemente.Penalva@ua.es.

La tradición republicana en los movimientos sociales contemporáneos. Una aproximación a los *indignados*

The Republican tradition in social movements. Approach to the indignants movement

María Ángeles Abellán López, Universidad Miguel Hernández

Resumen

Este artículo pretende explorar algunos vínculos teóricos entre el republicanismo contemporáneo y los movimientos sociales, en su búsqueda de mayor participación, de la regeneración democrática y de la innovación política, a través de la centralidad del espacio público como un *locus* político. A partir del estudio del movimiento de indignados se abordarán las principales reivindicaciones políticas orientadas a profundizar la democracia y asumir valores cívicos republicanos. El texto sostiene que los nuevos movimientos sociales buscan su fundamento participativo en el republicanismo cívico porque se movilizan abiertamente a favor de un modelo de democracia más inclusiva. Esta comunicación aborda, en primer lugar, la acción colectiva contenciosa y los nuevos movimientos sociales. A continuación se señala la convergencia entre el neorepublicanismo y los nuevos movimientos sociales en su objetivo común de ensanchar la participación, en el autogobierno y el empoderamiento del ciudadano. Finalmente, se presenta el movimiento de *indignados* en el que convergen reivindicaciones políticas de raíz republicana, bajo un enfoque postmaterialista. El presente trabajo se ha elaborado desde un enfoque teórico normativo, pero ha incorporado elementos de la observación empírica de movimientos sociales como el de los *indignados*.

Palabras clave

Participación; movimientos sociales; ciudadanía; republicanismo; representación; democracia.

Abstract

This article explores some theoretical links between republicanism and social movements in their quest for greater participation, democratic regeneration and innovation policy through the centrality of public space as a political locus. The study of the movement of indignados is proposed to study the main political demands aimed at deepening democracy and assuming civic republican values. The paper argues that the new social movements seek their participatory basis in the civic republicanism because they are mobilized openly in favor of a model of more inclusive democracy. First, the article approaches the contentious collective action and the new social movements. After that, it presents the convergence between the new republicanism and the new social movements in their common goal to expand the participation, in the self-government and the empowerment of the citizen. Finally, the text presents the indignados movement, in which, eventually, republican political claims converge from a post-materialist approach. The present article has been elaborated from a theoretical normative approach, but it has incorporated elements as well of an empirical observation of social movements.

Key words

Participation; social movements; citizenship; republicanism; representation; democracy.

Biografía

María Ángeles Abellán López es profesora de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Miguel Hernández. Correo electrónico: ma.abellan@umh.es.

El EZLN y el Movimiento 15M: Un análisis de sus elementos discursivos compartidos

The EZLN and the 15M Movement: Analysis of their shared discursive elements

Francisco Javier López Ferrández, Universitat Jaume I

Resumen

La siguiente comunicación realiza un análisis comparativo entre los discursos del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), que surgió en México en 1994, y el Movimiento 15M, que emerge en España en 2011. Teniendo en cuenta que cada vez más los movimientos sociales aparecen como experiencias que tratan de crear nuevas identidades colectivas y nuevos marcos de sentido, este trabajo se centra en el análisis y la comparación del discurso de ambos movimientos para comprender cuáles son los principales elementos compartidos a pesar de encontrarnos ante realidades muy diferenciadas.

Estos puntos discursivos compartidos, que justifican el interés de esta investigación, pueden servirnos para comprender cuáles son las principales particularidades de un nuevo modelo de movimiento social que surge en un contexto de creciente globalización, y que aparece representado en diferentes experiencias como el EZLN, el Movimiento Altermundista o el Movimiento 15M.

Este estudio nos lleva a la conclusión de que tanto el EZLN como el 15M tratan de valerse de un discurso de márgenes amplios, de carácter transversal, que permita generar nuevas identidades políticas que más que permanecer cerradas pretenden aglutinar diferentes descontentos. Además, observamos que las dos principales posturas que el EZLN muestra con respecto a las instituciones y al sistema democrático representativo se pueden observar simultáneamente en el caso del 15M. En el 15M observamos, de una parte, un intento por ser escuchados por las instituciones y de influir en sus decisiones (algo que se correspondería con la etapa del EZLN de entre 1995-2003); y al mismo tiempo algunas voces intentan generar espacios de autonomía al margen de las instituciones políticas (lo que se observa en el EZLN una vez se rompen las negociaciones con el gobierno mexicano, y fundamentalmente a partir de 2004).

Palabras clave

EZLN; 15M; discurso; movimientos sociales, análisis comparativo.

Abstract

On this paper we can find a comparative analysis between the discourses of Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) and 15M movement. We focus on the discourses of both social movements, which appeared on different temporal and spatial realities, to know what are the main shared aspects between them when constructing new political identities on the global world context.

Through this analysis, we will try to understand what are the particularities of a new social movement type, that for different authors appear in the last part of the

twentieth century with the EZLN uprising, and how this indigenous experience has transcended the regions and the contexts of its claims and has been an influence on other social movements on North America and Europe.

Our study concludes that some of the main characteristics of the EZLN discourse are found on the 15M discourse as well, like the attempt to construct a discourse with wide margins to be able to collect different discontents that appeared in Spain on the protests moment. Moreover, we found that the two positions that EZLN maintained about the political institutions appeared simultaneously in the 15M case.

Keywords

EZLN; 15M; discourse; social movements; comparative analysis.

Introducción

El Ejército Zapatista de Liberación Nacional, que surgiera a la luz pública el 1 de enero de 1994, ha sido capaz de trascender las fronteras mexicanas y de aparecer como uno de los movimientos de carácter indígena con mayor proyección internacional. La transformación de sus prácticas, de sus discursos e incluso de sus objetivos, que partieran desde una perspectiva vinculada a la *vanguardia marxista-leninista* y que progresivamente transitarán hacia la incorporación de elementos indígenas, les permitirá internacionalizar su conflicto y aparecer como un movimiento con una importante acogida entre diferentes organizaciones en el mundo occidental. Este proceso de transformación interna ha sido presentado por el propio Subcomandante Marcos como la “primera ‘derrota’ del EZLN”. Una derrota que, al mismo tiempo, aparece como la suerte que permitirá su supervivencia y su transcendencia. Marcos dirá:

Sufrimos realmente un proceso de reeducación, de remodelación. Como si nos hubieran desarmado. Como si nos hubiesen desmontado todos los elementos que teníamos –marxismo, leninismo, socialismo, cultura urbana, poesía, literatura–, todo lo que formaba parte de nosotros, y también cosas que no sabíamos que teníamos. Nos desarmaron y nos volvieron a armar, pero de otra forma. Y ésta era la única forma de sobrevivir (Le Bot, 1997: 64).

Esa transformación supuso la progresiva aparición de un movimiento armado que trataba de caracterizarse, paradójicamente, por el uso de la palabra. Apoyándose en la cultura indígena, el EZLN ha ido incorporando una cosmovisión que ha sido reinterpretada y utilizada por diferentes movimientos sociales que desde finales del siglo XX y principios del siglo XXI vienen sucediéndose en el *norte* del planeta. Asociadas al EZLN se han utilizado las expresiones “guerra de las palabras” o “guerra

de papel” (Máiz, 2007: 393)¹. Por ello, teniendo en cuenta la importancia de la palabra, centraremos nuestro trabajo en el análisis del discurso zapatista para posteriormente ponerlo en relación con el del Movimiento 15M. Nuestro objetivo será analizar cuál ha sido la proyección que el EZLN ha tenido en algunos de los movimientos sociales que en los últimos años han tenido lugar en occidente, entendiendo que nos encontramos ante realidades muy diferenciadas que, sin embargo, presentan ciertos elementos discursivos compartidos.

Autores como Ángel Calle han incorporado la categoría de *nuevos movimientos globales* para referirse tanto al Movimiento Altermundista como al 15M. Para Calle se trata de un tipo de movimientos en los que no existe una identidad única sino múltiple, la coordinación se desarrolla a través de redes horizontales, los discursos se difunden a través de las redes y de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) presentando un carácter global, y su acción se apoya en el simbolismo rupturista que busca una radicalización democrática. A la distinción entre los “viejos” movimientos sociales y los “nuevos” movimientos sociales incorporaríamos esta nueva esfera que comenzamos a entrever a partir del levantamiento del EZLN.

Mientras que los “viejos” movimientos sociales se caracterizaban por presentar una ideología fuerte y definida, que hacía que sus discursos fueran cerrados y dirigidos fundamentalmente a aspectos materialistas; los “nuevos” movimientos sociales presentaban discursos específicos sobre temáticas concretas que transcendían en la mayoría de los casos los aspectos materiales para reivindicar espacios de autonomía y una oposición al autoritarismo. Así, la identidad en los “viejos” movimientos sociales parece ser unidimensional, siendo plural en el caso de los “nuevos” movimientos sociales.

Por su parte, los nuevos movimientos globales presentan un discurso que se reproduce en red, que introduce una ideología abierta en contraste con los anteriores tipos de movimientos sociales, recogiendo demandas de participación democrática radical. La composición social sería más amplia, ya que se trata de un tipo de movimientos organizados mediante una *red de redes* que incorpora a las clases medias/altas con un nivel educativo alto y a sectores de clase obrera sin exclusión social. El objetivo de estos nuevos movimientos globales sería sensibilizar e

¹ Términos utilizados por Jorge Volpi en *La guerra y las palabras: una historia del alzamiento zapatista de 1994*; y el secretario de política exterior de México en 1995 J.A. Gurría.

incrementar la participación ciudadana tratándose de un movimiento con identidades múltiples (Calle, 2005).

Pierre Bourdieu ya hablaba, aún sin incorporar esa categoría de nuevos movimientos globales, de las particularidades que presentan los movimientos sociales de principios del siglo XXI. Bourdieu observaba que estos movimientos sociales del nuevo siglo tratan de alejarse de los liderazgos unipersonales buscando la participación directa de todos los interesados, apoyándose en la cultura política de nuevos activistas que utilizan formas de organización próximas a la tradición libertaria y que “son capaces de entender y expresar un nuevo tipo de expectativas sociales” al incorporar un carácter internacional, un rechazo a las políticas neoliberales, la búsqueda de un mayor contenido simbólico ante la necesidad de aparecer en el espacio mediático, que sincronizan el particularismo y el internacionalismo (lo local y lo global) y que más allá de unificar los diferentes movimientos buscan “*una coordinación de las reivindicaciones y de las acciones excluyendo cualquier voluntad de apropiación*” (Bourdieu, 2001: 66)². En las palabras de Bourdieu encontramos reflejadas las características de las que hablará Calle al tratar de categorizar los nuevos movimientos globales, y por ello consideramos que se trata de particularidades que comienzan a hacerse visibles con la aparición del EZLN y su interpretación y reformulación por parte de diferentes movimientos sociales en occidente.

1. El discurso del EZLN

El discurso neozapatista presenta varios elementos que lo hacen especialmente característico. El EZLN introduce un tipo de lenguaje que se aleja del discurso político tradicional al utilizar licencias literarias que llevan al “desbordamiento del género clásico del comunicado” y que hace que el discurso se presente a través de “nuevas formas híbridas” (Máiz, 2007: 394). Nos encontramos ante varios elementos principales que se combinan y se reformulan, de forma que el peso y la centralidad de cada uno de ellos no es estático sino que varía. Aun así, y siguiendo a Máiz, parece posible observar cuatro componentes fundamentales en el discurso zapatista: nacionalismo, democracia, antineoliberalismo e indianismo. Y tres estrategias discursivas acordes a tres fases diferenciadas de la trayectoria del EZLN: la estrategia de insurgencia armada de los

² Cursivas en el original.

primeros momentos tras el alzamiento de 1994, la estrategia indianista de 1995-2003, la estrategia de izquierda anticapitalista de 2004 en adelante.

A diferencia de otras experiencias de carácter indígena, el componente nacionalista del EZLN reivindica “un México más justo” o “un nuevo México” y no una nación particular indígena como podría ser la “nación maya”, la “nación mapuche” o la “nación aymara”. Se busca la incorporación del componente indígena desde una perspectiva de “lucha nacional”, y se produce una “resemantización constante del concepto de extranjero: o bien se reclama la titularidad de nacionales para los indígenas y sus apoyos o bien se califica de extranjeros a quienes roban o venden (‘vendepatrias’) a la nación” (Máiz, 2007: 405).

Además, la nación aparece como un espacio de resistencia al neoliberalismo y a la globalización. Para Máiz esta importancia de la nación frente a la globalización queda reflejada en diferentes comunicados donde se habla de “la soberanía malbaratada”, “la soberanía expropiada” (EZLN, 1996) o de la “destrucción del Estado-Nación” y del “proceso de destrucción de nuestra patria” (EZLN, 2006).

Finalmente, asociada a la idea de nación se lleva a cabo una diferenciación entre el México de los gobernantes y el México de los ciudadanos. Se habla de “dos ideas de nación, dos países, dos Méxicos” (EZLN, 1997). Por una parte, “el ‘México del poder’; por otro lado el ‘México de los mexicanos’, ‘el proyecto de nación que significa su reconstrucción, justicia y vida [...] El México de los ciudadanos’ ” (Máiz, 2007: 406).

Ligado al nacionalismo, encontramos la utilización de elementos indianistas para tratar de reforzar la idea de una identidad colectiva en torno a comunidades como las de Chiapas. Si bien, como hemos introducido, el EZLN no nació indianista, sino que se indianiza a partir del contacto con las comunidades, entre 1995 y 2003 la utilización de elementos que hacen referencia a los rasgos identitarios de carácter indígena cobran importancia en el discurso zapatista. Se trata de un “indigenismo político, no etnicista” en el que, en palabras de Máiz, encontramos:

Una identidad indígena que negocia elementos de su pasado, sus tradiciones, su cultura y sus instituciones, con otros elementos incorporados de la modernidad, del mundo urbano, del nuevo contexto internacional pos 1989, del antiliberalismo, de la ecología..., en suma, una cultura e identidad indígena nueva, emergente (Máiz, 2007: 414).

La incorporación de este componente indígena reformula otros elementos como el nacionalismo, del que hemos hablado anteriormente, y otros como el antiliberalismo, o

el democrático que trataremos a continuación, pero no hace que desaparezcan del discurso. Así, el indígena presentará sus reivindicaciones con carácter nacional, reclamando la incorporación de sus particularidades al conjunto de la nación mexicana y exigiendo, al mismo tiempo y como veremos a continuación, un cambio profundo en las instituciones democráticas. Se trata de un indigenismo que busca un nuevo tipo de organización política que consiga que la sociedad civil mexicana e internacional aparezca como sujeto político, alejándose de los planteamientos vanguardistas y jerárquicos.

En lo referente a la democracia, el EZLN presentará una doble crítica. De una parte, se centrará en el funcionamiento de las instituciones mexicanas, y hablará de la existencia de una “dictadura de 70 años” durante el gobierno del PRI, criticará el sistema electoral mexicano y entre sus demandas aparecerá la necesidad de reformar la ley electoral y de abrir un proceso constituyente. Para Máiz, estas reivindicaciones tendrán gran importancia en la etapa propiamente indigenista (1995-2003), quedando diluidas posteriormente con la ruptura de las relaciones entre el EZLN y el gobierno después de 2001. A partir de ese momento, el EZLN transformará su discurso en lo referente a los partidos y las instituciones, dirá: “no hay izquierda, ni derecha, ni centro” e introducirá la idea de que la globalización neoliberal está llevando a cabo un vaciado de los sistemas democráticos, concentrando su discurso en el caso de la democracia mexicana.

Con la incorporación de este planteamiento, el EZLN transitará desde demandas que buscaban una verdadera representación y una mayor participación en los mecanismos democráticos hacia una crítica a la democracia representativa. Se desarrollará, a partir de 2001-2003, un giro hacia “una crítica frontal y radical de TODA la clase política” (EZLN, 2006)³. Y las referencias a la democracia irán disminuyendo a partir de 2004.

Por último, la crítica a la globalización neoliberal, que ya apareciera en la *Tercera declaración de la Selva Lacandona*, cobrará una verdadera importancia en el periodo que Máiz considera más cercano a la izquierda anticapitalista. Será entre 2001 y 2003 cuando comenzará a darse una transformación que quedará patente en el discurso en textos como *Los zapatistas y la Otra: los peatones de la historia* (2006), donde puede observarse una oposición frontal al sistema representativo y a los diferentes partidos

³ Mayúsculas en el original.

políticos: “el siguiente paso del EZLN iría contra todos los políticos”, “La ‘geometría’ de la política de arriba se había trastocado. No había ni izquierda, ni centro, ni derecha. Tan sólo una banda de ladrones con fuero”.

Este cambio, supondrá un nuevo viraje desde el carácter inclusivo del EZLN durante su etapa indianista hacia el intento de redefinición del movimiento con posturas más cercanas al anticapitalismo. “La ‘otra’ política es una política no electoral, ajena a los partidos y a cualquier tipo de puentes o alianzas con ellos, de la mano de un descrédito no solamente del neoliberalismo de todos los partidos mexicanos, sino de la inutilidad de la democracia burguesa y representativa” (Máiz, 2007: 429).

Como hemos anticipado, se trata de un discurso en movimiento, que transita desde perspectivas asociadas a las reivindicaciones más propias de guerrillas armadas de *vanguardia* hasta posicionamientos de izquierda anticapitalista global tras un periodo en el que el componente indígena aparece como la piedra angular. A partir de este acercamiento al discurso del EZLN, donde encontramos cuatro elementos fundamentales (nacionalismo, democracia, indianismo y neoliberalismo), plantaremos una comparación con el discurso del Movimiento 15M para tratar de observar qué elementos son reformulados a fin de trazar un recorrido que nos permita comprender qué influencias internacionales recibe el movimiento de los indignados.

2. El discurso del 15M

Al igual que hiciera el EZLN, el Movimiento 15M presentará un discurso que se conjuga tanto a nivel global como local (o nacional). Por una parte, la intención de dar un componente transnacional al movimiento, inaugurada por el EZLN y traducida por el Movimiento Altermundista en el mundo occidental, podemos encontrarla nuevamente en el 15M. Se hablará de “la dictadura de los mercados” y la problemática de la globalización y el neoliberalismo se presentará asociada al vaciado de las instituciones ante los intereses de las grandes empresas, bancos u organismos internacionales. Encontramos lemas como: “Acciona, BBVA, Endesa, Sacyr, Santander. ¿Y a estos quién les ha votado?” o “Yo no voté al FMI”.

Por otra parte, se hablará del problema particular del bipartidismo en España como el causante de que las políticas aplicadas desde el comienzo de la crisis económica hayan ido encaminadas a la protección de los intereses de los grandes capitales y hayan provocado el incremento de las desigualdades sociales. Ante esta

situación, el 15M tratará de presentar sus reivindicaciones con un carácter transversal e inclusivo, de forma que, al igual que el EZLN decía estar formado por los “desposeídos” (EZLN, 1993) que se levantaban frente a quienes habían vendido México y les habían quitado todo, el 15M trataba de aglutinar al “ciudadano de a pie” (DRY, 2011) que había pasado a ser víctima de un sistema económico y político que no garantizaba los derechos y necesidades de los ciudadanos.

Así, el 15M intentará representar los intereses de los sectores más desfavorecidos, aunque una parte de ellos permanezcan ajenos al movimiento de los indignados. Se utilizarán lemas como “No somos de izquierdas ni de derechas, somos los de abajo contra los de arriba” o la expresión popularizada por Occupy Wall Street de “Somos el 99%” para buscar la mayor inclusividad posible. En este aspecto, encontramos que el 15M trata de reformular la idea de “las dos Españas” en términos semejantes a los utilizados por los zapatistas al hablar de México. Al igual que el zapatismo distinguía entre el México de los gobernantes y el de los ciudadanos, el 15M trata de trazar la línea que separa a “los de arriba” de “los de abajo”, al “ciudadano de a pie” de los “políticos y banqueros” y de la España de la corrupción.

De ahí que el movimiento de los indignados tratara de alejarse de toda una serie de ideologías y simbologías previas con el objetivo de, en palabras de Amador Savater, “hablar del presente, hablar del presente con mucha gente y muy distinta, hablar del presente en formas y modos no determinados a priori” (2014). Esta idea hará que sentencias popularizadas por el EZLN como las de “detrás de nosotros estamos ustedes”, “queremos un mundo donde quepan muchos mundos” tomen sentido en el 15M, y nos encontremos con expresiones simbólicas, como la utilización del anonimato, que hacen que estos nuevos movimientos globales se caractericen por la “emergencia de identidades que lejos de cerrarse sobre sí mismas, se buscan, se tocan, se imbrican” (Ahedo y Gorostidi, 2012: 47). Nos encontramos ante “un movimiento multitudinario, que exige tan pocas credencias de fidelidad militante que puede ser a un tiempo vivido como de todos y, por ello, de nadie” (Errejón, 2011), lo que nos recuerda a las palabras del Subcomandante Marcos en la *Invitación-convocatoria del Encuentro Intercontinental por la Humanidad y contra el Neoliberalismo* en 1996:

El Zapatismo no es una nueva ideología política o un refrito de viejas ideologías. El Zapatismo no es, no existe. Solo sirve, como sirven los

puentes, para cruzar de un lado a otro. [...] Solo hay un anhelo: construir un mundo mejor, es decir, nuevo. En resumen, el Zapatismo no es de nadie y por lo tanto, es de todos.

Esta identidad multifacética hace que el estudio del 15M y de su discurso no sea una tarea fácil. Carlos Taibo asegura que podríamos diferenciar “dos grandes posiciones” donde la primera “entiende que el cometido mayor del 15M consiste en hilvanar propuestas en la confianza de que serán escuchadas por nuestros gobernantes” mientras que la segunda “sugiere que la tarea principal de ese movimiento estriba en abrir espacios de autonomía en los cuales procedamos a aplicar reglas del juego diferentes desde la doble perspectiva, claramente libertaria, de la autogestión y la desmercantilización” (Gallego y Taibo, 2013). Esta doble perspectiva de la que habla Taibo nos permite observar cómo las dos posturas que transitarán en el EZLN en relación al sistema democrático se dan simultáneamente en el caso del 15M:

De una parte, encontramos en el discurso del 15M la crítica a “una dictadura partidocrática en cabecada por las inamovibles siglas del PPSOE” y la demanda de una participación más activa de la ciudadanía en las instituciones “mediante cauces directos” (DRY, 2011). Entre los lemas más destacados del 15M en relación a las instituciones y al sistema democrático encontramos los siguientes: “Del absolutismo al bipartidismo”, “No nos representan”, “Error 404. Democracia not found”, “Ni cara A, ni cara B. Queremos cambiar de disco”, “Me gustas democracia, pero estás como ausente”, “Democracia 1.0, obsoleta. Democracia 2.0, instalándose”. Todos ellos hacen referencia al distanciamiento entre los partidos y los ciudadanos y a la falta de pluralidad entre las opciones institucionales, y al mismo tiempo dirigen sus demandas a mejorar el sistema democrático y a desarrollar vías de participación más activas. Estos aspectos aparecen relacionados con las posturas que el EZLN mantuvo en su etapa indianista, donde introducía la crítica a la “dictadura de 70 años” y la búsqueda de inclusión y reconocimiento de derechos de los pueblos indígenas en la constitución, siendo la capacidad de influencia en la vía institucional uno de sus principales objetivos.

De esta forma, algunas de las demandas del 15M fueron dirigidas a la reforma de la ley electoral e incluso llegaron a proponerse proyectos como *Democracia 4.0*.⁴,

⁴Según este sistema de representación, cada individuo con derecho a voto pasaría a contar con la posibilidad de participar directamente en los temas que le interesan, tras identificarse mediante firma digital. El valor del voto de un representante político se reduciría ante la participación activa de la

o la redacción de una nueva Constitución mediante la *Asamblea Ciudadana Constituyente*.

Por otra parte, y al mismo tiempo, en la coordinación interna del movimiento se desarrolló un sistema de participación asambleario que se asemeja a la que se proponía en el EZLN y que guarda relación con la puesta en práctica de espacios de autonomía. Estas posturas, que comienzan a verse a través de los planteamientos neozapatistas, aparecen nuevamente en el 15M. Se trata de una búsqueda de lo que Ángel Calle ha llamado “democracia radical” a través de la puesta en práctica de lo que el propio autor ha denominado la “*política del y*” (2013); que busca la incorporación y la puesta en práctica del diálogo entre *otredades* (“Unos nos consideramos más progresistas, otros más conservadores...”) con el fin de desarrollar la participación activa de los individuos en la toma de decisiones.

Algunos lemas del 15M muy cercanos a la democracia radical serían: “*Vote for yourself*”, “Nuestros sueños no caben en vuestras urnas” o “Políticos, somos vuestros jefes y os estamos haciendo un ERE”. Estos lemas, que recuerdan a aquel “Está usted en territorio zapatista en rebeldía. Aquí manda el pueblo y el gobierno obedece”, forman parte de ese otro espacio generado en torno al 15M que se acerca a las posturas descritas por Marcos cuando decía que “el rebelde social organiza a las masas y, desde abajo, poco a poco transforma las cosas sin plantearse el problema de la toma del poder” (Scherer García, 2001: 15). Estas posturas, que encontramos en el EZLN en el periodo posterior a la ruptura del diálogo con las instituciones, y que se encuentra entre algunos sectores del 15M se aproxima a las ideas de carácter libertario que buscan espacios de autonomía y cambios desde lo cotidiano.

Conclusiones

Esta comparación nos hace pensar que, a pesar de la distancia espacial y de las diferentes realidades en las que surgen movimientos como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional y el Movimiento 15M, existen entre ellos algunas similitudes en sus objetivos y demandas, en su repertorio simbólico, en sus prácticas e incluso en la focalización de algunos de los responsables de las problemáticas que enfrentan. Si bien es cierto que la relación entre ambos movimientos se debe a una reformulación de

ciudadanía, y pasaría a tener el valor porcentual que correspondería a la ciudadanía que no hubiera participado. De esta manera, quien estuviera interesado podría participar y quien no lo estuviera cedería su voto a sus representantes. La propuesta fue redactada por el abogado sevillano Juan Moreno Yagüe.

algunos de los planteamientos del EZLN en claves occidentales muy alejadas de las realidades indígenas, resulta interesante observar cómo una parte de la imagen proyectada por el EZLN (principalmente a través de la figura del Subcomandante Marcos y gracias al desarrollo de las TIC) ha trascendido el caso particular chiapaneco.

Así, la crítica al neoliberalismo y a la economía global de mercado aparecen desde el EZLN hasta el 15M pasando por el Movimiento Altermundista como un elemento central que provoca el vaciado de las instituciones y que excluye a la ciudadanía de la participación en las decisiones políticas. Esto llevará a que, al igual que sucediera con el EZLN, el 15M dirija sus esfuerzos hacia la consecución de una sociedad civil activa que aparezca como un verdadero sujeto político. De ahí su preocupación por la democracia, y la búsqueda de una participación más activa de la ciudadanía. Se encuentra en este sentido relación entre las dos posturas que el EZLN mantendrá respecto a las instituciones y las dos posiciones que se encuentran simultáneamente en el propio 15M donde por una parte se intenta renovar y desarrollar la participación institucional y por otra se trata de fomentar una cultura política desde nuevos espacios de autonomía en los márgenes de las instituciones.

Al acercarnos al discurso del Movimiento 15M encontramos como elementos principales la búsqueda una nueva identidad política de tendencia transversal, algo que a su modo trató de llevar a cabo el EZLN durante sus años indianistas. En lo simbólico, encontramos elementos que se repiten ante esa intención de crear una identidad transversal, y unos levantamientos carentes de liderazgos (lo cual no siempre es posible en el caso del EZLN por el peso de la figura de Marcos). Igor Ahedo y Izaro Gorostidi dirán que “el símbolo de los *nuevos movimientos globales* transmuta en una capucha, la del Subcomandante Marcos; una capucha que condensa muchos rostros que se conectan simbólicamente (y que se transforman en la máscara de Guy Fawkes, popularizada por *Anonimous*)” (2012: 47), también utilizada por el 15M.

Agradecimientos

Esta investigación forma parte del proyecto de investigación MINECO CSO2012-34066 *Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales* (<http://www.e-comunicambiosocial.org/>).

Bibliografía

Ahedo, I y Gorostidi, I. (2012). Indígenas e indignados. Del alzamiento zapatista al movimiento 15M. Siguiendo el curso de la (Re)evolución. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 120, 35-52.

- Bourdieu, P. (2001). Contra la política de despolitización. En *Contrafuegos 2. Por un movimiento social europeo*. Anagrama. Barcelona.
- Calle, A. (2005). *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*. Editorial Popular. Madrid.
- Calle, A. (2013). *La transición inaplazable. Salir de la crisis desde los nuevos sujetos políticos*. Icaria Antrazyt. Barcelona.
- EZLN (1997). *Documentos y comunicados*. México DF.: Era.
- EZLN (1993). *Declaración de la Selva Lacandona*.
- EZLN (1996). *Comunicado del 20 septiembre de 1996*.
- EZLN. Subcomandante Marcos (2006). *Los zapatistas y la otra: Los peatones de la historia*.
- Errejón, I. (2011). El 15M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2,120-145.
- Fernández-Savater, A. (2014). ¿Hay que guardarse la memoria en el bolsillo? *Eldiarios.es*. 28-02-2014.
- Gallego, J. y Taibo, C. (2013). Carne Cruda 2.0. *Cadena Ser*. 29-11-2013.
- Le Bot, Y. (1997). *El sueño zapatista*. Anagrama. Barcelona.
- Máiz, R. (2007). México: ‘La guerra de la palabra’, marcos interpretativos y estrategias identitarias en el discurso político del EZLN (1994-2007). En Salvador Martí i Puig (ed.) *Pueblos indígenas y política en América Latina* (pp. 393-434). Fundació CIDOB. Barcelona.
- Ramonet, I. (2001). *La dignidad rebelde*. Valencia: Ediciones Cybermonde.
- Scherer García, J. (2001). La entrevista insólita. *Proceso*, 1271, 11-16. México.

Otras fuentes

Pancartas y lemas 15M:

URL: http://wiki.15m.cc/wiki/Lista_de_lemas

URL: <http://www.letra.org/spip/spip.php?article4060>

URL: <http://www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html>

DRY. Manifiesto *¡Democracia Real Ya!* 15Mayo-2011.

URL: <http://www.democraciarealya.es/manifiesto-comun/>

Comunicados y cartas EZLN:

URL: <http://palabra.ezln.org.mx/>

URL: <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/>

Biografía

Francisco Javier López Ferrández es Licenciado en Periodismo por la Universidad Miguel Hernández de Elche y Máster en Historia Contemporánea por la Universidad de Valencia. Actualmente, forma parte del proyecto CSO2012-34066 *Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales* del MINECO como Personal Investigador Predoctoral en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón y el Instituto de Desarrollo Social y Paz (IUDESP). Correo electrónico: ferrandf@uji.es.

¿Entre la norma y la ruptura? La Marcha por la Diversidad Sexual en El Salvador

Between the standard and the break? The Sexual Diversity Parade in El Salvador

Amaral Palevi Gómez Arévalo, Núcleo de Estudos e Pesquisas Regionais e do Desenvolvimento (D&R), Universidade Federal de Pernambuco

Resumen

La construcción cultural del patriarcado en El Salvador está basada en el heterosexismo como fundamento de la diferencia y los esencialismos sexuales. Las manifestaciones de orientaciones sexuales y expresiones de género diferentes de lo hegemónico son invisibles para la cultura dominante.

Esta colaboración tiene el objetivo de analizar las representaciones de género y manifestaciones culturales en la Marcha por la Diversidad Sexual, el mayor acto de visibilidad, protesta y lucha política del movimiento organizado LGBT en San Salvador, El Salvador. La metodología utilizada en la investigación es la exploratoria. Las técnicas de investigación giraron en torno al análisis de imágenes, entrevistas a activistas y revisión bibliográfica sobre el tema a nivel de América Latina.

La Marcha tiene un sentido político de reivindicación de Derechos que se entremezcla con representaciones de género y manifestaciones culturales tradicionales que ponen de manifiesto la identidad salvadoreña de las personas LGBT. A modo de conclusión, se extrae que las *performance* de las representaciones de género y manifestaciones culturales en la Marcha por la Diversidad Sexual transitan entre la norma cultural tradicional y la ruptura que realizan las personas LGBT al representar algunos iconos culturales de la identidad salvadoreña.

Palabras clave

El Salvador; diversidad sexual; género; expresiones culturales; protesta.

Abstract

The construction of patriarchy in El Salvador is based on heterosexism as basis of sexual essentialism. Manifestations of no hegemonic sexual orientation and gender expression are invisible to the dominant culture.

This collaboration aims to analyze the representations of gender and cultural events within the Sexual Diversity Parade, the greatest act of visibility, protest and political struggle of LGBT organized movement in San Salvador, El Salvador. The research methodology is exploratory. Research techniques are focused on image analysis, interviews with activists and literature review on the subject at Latin America context.

The Parade has a political sense of reivindication of rights that brings together traditional gender representations and cultural events that highlight the Salvadoran identity of LGBT people. The conclusion points out that the performances of gender representations and cultural events in the Sexual Diversity Parade transit between traditional cultural norms and LGBT performances to represent some cultural identity of the Salvadoran people.

Keywords

El Salvador; sexual diversity; gender; cultural expressions; protest.

Agradecimientos

Un agradecimiento especial al Licdo. Joaquín Cáceres, Coordinador de Proyectos y miembro fundador de la Asociación Salvadoreña de Derechos Humanos “Entre Amigos”, por compartir sus memorias sobre el origen de la Marcha por la Diversidad Sexual en El Salvador.

Biografía

Amaral Palevi Gómez Arévalo (San Salvador, 1981) Doctor y Master en Estudios Internacionales en Paz, Conflictos y Desarrollo por la *Universitat Jaume I*, Licenciado en Ciencias de la Educación por la Universidad de El Salvador. Sus líneas de investigación son Pedagogía para la Paz, Jóvenes y Estudios LGBT. Con experiencia en la gestión de proyectos para el desarrollo comunitario con jóvenes, hombres, atención a población LGBT, abordaje a población móvil; seguimiento a población participante de programas de transferencias monetarias condicionadas; y en el área pedagógica en la mejora de la calidad educativa de centros escolares rurales, educación inicial comunitaria, alfabetización de adultos, habilitación laboral, promotor de la Cultura de Paz por medios audiovisuales y docencia universitaria. Actualmente es analista del proyecto *O Istmo del Núcleo de Estudos e Pesquisas Regionais e do Desenvolvimento* de la *Universidade Federal de Pernambuco*. Correo electrónico: amaral.palevi@gmail.com.

Subversión simbólica de la protesta en un contexto local a través de las movilizaciones de la Koordinadora del Parke Alcosa

Koordinadoradel Parke Alcosa: symbolic subversion of the protest in a local context

Emma Gómez Nicolau, Universitat de València
David Muñoz Rodríguez, Universitat de València

Resumen

La proliferación de protestas sociales fruto del recrudecimiento de la consecuencias del neoliberalismo en el bienestar, ha revitalizado tanto el interés científico por los movimientos sociales como su legitimidad social. En el presente artículo analizamos las acciones que la Koordinadora de Kol·lectius del Parke Alcosa (KPA) ha desarrollado en los últimos 30 años en el barrio periférico de Alfafar (València) y que entroncan con las políticas prefigurativas: acciones con múltiples objetivos que operan tanto en el ámbito de la interpretación, como en el simbólico e identitario, así como en el de la intervención social, la protesta imaginativa y la difusión. A través del enfoque etnográfico describimos las principales características de la KPA y analizamos el repertorio de acciones que, atendiendo a una lógica multinivel y multiforma, abarca diversos objetivos del movimiento. Distinguimos entre las fórmulas tradicionales de protesta, las protestas que se entretajan en la vida cotidiana del barrio y las protestas imaginativas que, a modo de guerrilla cultural, subvierten la gramática cultural de la protesta y la ponen al servicio de las propuestas. Hacemos un balance de cómo el éxito avalado por los 30 años de historia de la KPA y su legitimación tanto entre los habitantes del barrio como entre los movimientos sociales de la zona, se asienta sobre unas prácticas horizontales que han conseguido involucrar a el grueso social del barrio a la vez que ha apostado por una intensa labor simbólica que ha revertido su propia imagen como un barrio en lucha.

Palabras clave

Subversión simbólica; movimientos sociales; prefiguración; protestas; política cotidiana.

Abstract

The proliferation of social protests as a result of the recrudescence of the consequences of neoliberalism on welfare has revitalized both scientific interest in social movements and their social legitimacy. In this paper we analyse the actions that the Koordinadora Kol·lectius del Parke Alcosa (KPA) has developed over the last 30 years in the suburb of Alfafar (Valencia). Actions which are connected to the logic of prefiguration: actions with multiple objectives that operate in a wide range of dimensions included the experimentation in projects and actions; the development and critique of political perspectives and ideas; establishing a collective way of interaction; the intervention in material environments and symbolism, and the demonstration and diffusion of practices. Through the ethnographic approach we describe the main features of the KPA and analyse the repertoire of actions, based on both multilevel and multiform logic that serves to diverse goals of the protest. We distinguish between traditional forms of protest, protests that are interwoven into the daily life of the neighbourhood and imaginative protests that, as a type of cultural guerrilla, subvert the cultural grammar of protest. We take stock of how success endorsed by the 30 year history of the KPA and its standing both among the local people and between social movements in the area, lies on the horizontal practices developed that have involved the

whole community. Furthermore, the intense symbolic work done dignifies their self-image as a neighbourhood on fight.

Keywords

Symbolic subversion; social movements; prefiguration; protests; everyday politics.

Introducción

El impacto de la crisis parece haber abierto una nueva etapa en las relaciones entre la sociedad y los movimientos sociales. Desde las Primaveras Árabes, las movilizaciones en Grecia, el movimiento 15M en el Estado español o el movimiento Occupy en sus diversas versiones locales, han conseguido re-significar el concepto de movilización social, alcanzando una aceptación social mayor que en los años previos, especialmente en los países del sur de Europa, donde los recortes de los derechos son más evidentes.

Las movilizaciones sociales derivadas de la consolidación e intensificación de las políticas neoliberales, los recortes en materia de derechos y libertades, a pesar de las especificidades locales, reúnen ciertos rasgos que las alejan de las protestas de corte clásico como las manifestaciones de partidos, sindicatos, o las que se han venido promoviendo por sectores sociales específicos u orientadas a cuestiones singulares. En el presente artículo destacamos cuatro elementos que resultan clave para entender estas protestas. En primer lugar, la heterogeneidad de su composición, con un marcado componente juvenil que configura buena parte del precariado y que se ven afectados por las prácticas del capitalismo neoliberal tardío (Standing, 2011). Se trata movimientos compuestos, en buena medida, por jóvenes sin experiencia en movimientos sociales y organizaciones, que se entremezclan con sectores fuertemente politizados y que se nutren de las experiencias locales de movilización previas (Uitermark y Nicholls, 2013). En segundo lugar, la importancia simbólica de las protestas con un uso intensivo del espacio público, que ha convertido plazas y lugares urbanos en el locus de las protestas. En este sentido, la calle no sólo es el lugar por dónde transcurren las protestas sino también donde se gestan iniciativas y proyectos que transgreden el tiempo y espacio de la protesta. Esto nos lleva a una tercera característica, lo que se ha llamado política prefigurativa de las protestas sociales (Yates, 2014) que, como instrumento de cambio social, no sólo significa construir alternativas sino practicarlas a través del desempeño de la misma protesta. Nos referimos a las protestas que conllevan la liberación de espacios o a su recuperación para el uso social y comunitario. El último elemento que

destacaremos es la dimensión emocional que se pone en práctica en las protestas que vendría a refutar los principios de la economía política. El coste de oportunidad de la protesta se subvierte: la participación permite combatir sentimientos como el miedo, el aislamiento o la vergüenza (Bensky y Langman, 2013), además de ser clave en la formación de los mismos objetivos de las protestas (Jaspers, 1998).

Una de las preguntas recurrentes en el estudio de las protestas que en los últimos años han conseguido una presencia social en el imaginario colectivo es su capacidad para mantenerse en el tiempo y en la posibilidad de lograr algunos de sus objetivos políticos tanto en el nivel macro –cambios institucionales y de las políticas de los estados–, como en el nivel meso –mejoras en el bienestar y en los servicios sociales locales– y micro –transformación de las relaciones sociales, liberación de espacios, etc. El estudio de una organización como la *Koordinadora de Kol·lectius del Parke Alcosa* (KPA), uno de los más activos del área metropolitana de València, con casi 30 años de historia, nos permite analizar cómo los elementos simbólicos de las protestas, así como su carácter lúdico, además de la conexión de los objetivos ideológicos del movimiento con las prácticas cotidianas y los instrumentos de acción política desarrollados fundamentan la continuidad del colectivo y su legitimidad tanto en su ámbito de desarrollo, el barrio Orba o Parque Alcosa de Alfafar (València), como en el tejido asociativo del País Valenciano.

1. Metodología y objetivos

Mediante un enfoque etnográfico se describe los principales elementos de la *Koordinadora de Kol·lectius del Parke Alcosa* (KPA) así como el repertorio de acciones que resignifican el espacio urbano a partir de la relación emocional de los y las habitantes del barrio con dicho espacio. En la KPA, coordinación de colectivos e iniciativas contra la exclusión y la pobreza cuya actividad se inició en 1.985, hay involucradas varias decenas de personas en iniciativas diversas (intervención con niños y adolescentes, economía social, etc.), todas ellas vinculadas al Parque Alcosa.

Por un lado, se analiza el desempeño de las acciones y sus aspectos simbólicos. Por otro, se examinan los productos de comunicación (videos, folletos, páginas web) elaboradas por la KPA el fin de movilizar y explicar sus demandas. Analizamos los repertorios de acción desarrollados por la KPA atendiendo a sus múltiples objetivos que permiten enmarcar la coordinadora dentro de las prácticas prefigurativas de los

movimientos sociales. Atendiendo la clasificación de Yates (2014), analizamos las acciones de la KPA en el marco de las políticas prefigurativas dado que abarcan cinco ámbitos de acción: la experimentación en las formas de protesta; la interpretación de los fenómenos sociales y, por lo tanto, la formulación teórica de su actividad práctica; la instauración de códigos colectivos tanto en el nivel simbólico como en el de las prácticas cotidianas (micropolíticas); la intervención social y, por último, la difusión. Nos centramos, así pues, en cómo el repertorio de acciones abarca múltiples objetivos y destacamos aquellas que reconfiguran los elementos simbólicos, creando lo que los situacionistas llamaban una subversión de la gramática cultural, que confiere una importante eficacia simbólica a sus acciones. Un trabajo de acción simbólica que revierte tanto en la profundización de un sentimiento de comunidad en el barrio, como en la transformación de las relaciones sociales así como a trastocar las relaciones con los ámbitos de poder. Acciones que se entremezclan en la vida cotidiana de una manera lúdica y espontánea, nunca reñida con la estrategia.

2. Mitos y leyendas del Parke. Retrato de una experiencia

A principios de los 2000 miembros del Parke elaboraban un documento: “mitos, poemas y leyendas del Parke”, con el que ofrecían un relato fundacional del barrio. En él aseguran ser conscientes de la importancia que juegan los mitos y leyendas a la hora de transmitir un proyecto, por lo que “se comenzó la búsqueda incansable que dura hasta nuestros días de mitos y leyendas que narran para el imaginario colectivo, la crónica de esta propuesta comunitaria”. La génesis mitológica del parque comienza con unos indígenas anfibios, que habrían poblado hace 3000 años una zona de la Albufera de València, sobre la que en los años 70 se construiría el barrio periférico de Alfafar. Estos indígenas anfibios se defendían con flechas envenenadas con mistela de los ataques del Hombre Blanco. Otros personajes míticos son los componentes del “Grupo de Estudios Sociológicos”, que incluyen a Juan, un parado de larga duración sin prestaciones sociales que se dedica a hacer chapuzas para sobrevivir, Conchín, viuda de 60 años que vive con su hijo y cobra una pensión de 300 euros, Eustaquio, un joven de más de 30, okupa de vocación y recién ingresado en la universidad, Mohamé, un emigrante magrebí sin papeles que vive 3 años en el barrio, y Antuanette, transexual que se dedica a la prostitución y a defender sus derechos de madre. Narración mítica que condensa la naturaleza y características de la KPA: un proyecto que surge del

conocimiento de las problemáticas específicas de un barrio periférico que aglutina a sectores sociales empobrecidos y excluidos y cuya tarea pasa por el reconocimiento de las diferencias con ese otro mito, el de la clase media, contra el cual será implacable su lucha y confrontación. La reivindicación del indigenismo contra el Hombre Blanco, que representa no sólo a las instituciones globales, como el FMI o el G8, sino también el gobierno local de Alfafar o el gobierno autonómico, se traduce en un proyecto con un fuerte arraigo local y comunitario, que tiene su anclaje en lo que denominan grupos naturales (Valero, 2008: 58) y que describen como familias, grupos de ocio y amistad conectados por relaciones afectivas y de interés en las que destaca el vínculo afectivo sobre el organizativo. Una descripción que conecta con la máxima de Melucci citada por Benski y Langman: “no hay cognición sin emociones” (Benski y Langman, 2013: 3), apelando a la constelación de emociones que se entremezclan tanto en el surgimiento, el mantenimiento y la delimitación de los objetivos del movimiento.

La KPA es una plataforma compleja que aglutina a diversos colectivos con dos principales proyectos sociales: cooperativas de trabajo que se asientan sobre las bases de la economía social y un proyecto educativo que incluye acciones destinadas a diversos grupos etarios. Con objetivos múltiples, sus acciones revierten en la cohesión social, en la lucha contra la exclusión –con programas de reinserción de personas expresidarias, acciones de ayuda mutua–, en el reparto de riqueza (riqueza de supervivencia) a través de las cooperativas pero también en la resimbolización del entorno, del barrio.

El Parke Alcosa es un barrio periférico que arrastra problemas desde su propia creación. La trama urbana se compone por bloques idénticos de viviendas de baja calidad fruto del desarrollo urbano en los años 60 y 70, contexto en el que se desarrolla el primer movimiento vecinal que constituye parte de la lucha antifranquista (Martínez i Muntada, 2011; Castells, 2001), que demandará mejoras en barrios que carecían de servicios públicos esenciales y equipamientos como escuelas, centros de salud o incluso sistema de alcantarillado. El Parke Alcosa se ubica a dos kilómetros de distancia del centro de Alfafar, separados por una carretera y las vías del tren. La distancia física se une a la distancia social. Una de las frases recurrentes que utilizan las gentes de la KPA es que les separan dos kilómetros y cinco siglos de historia. Distancias que se interpretan como la principal razón para reivindicar la segregación del barrio, motivada por la indiferencia y olvido del barrio por parte del gobierno local. La dimensión simbólica e identitaria, por tanto, forma parte de la misma génesis de la actividad.

La importancia que los movimientos vecinales desempeñan en el tardofranquismo entra en crisis en la década de los 80. La represión deja paso a la cooptación en la constitución de los primeros gobiernos locales y autonómicos. No obstante, a las necesidades no resueltas de los barrios hay que sumar el desempleo masivo y la extensión del uso de heroína. El contexto social en el que nace la KPA no es, por tanto, el mejor de los momentos para la movilización social. Nos encontramos, pues, ante el surgimiento de un movimiento al margen de la estructura de oportunidades políticas (Tarrow, 1977) y que, al contrario que algunas protestas multitudinarias, mantienen un calendario ajeno a las convocatorias electorales.

El proyecto principal lo constituye la cooperativa de limpieza, basada en la contratación directa de las personas que trabajarán en la limpieza de la vía pública del barrio a través de asambleas, dependiendo de sus necesidades, con un sistema de rotación en los puestos de trabajo semestral. Este proyecto, en vigor hasta 2014, ha canalizado los mayores enfrentamientos con el gobierno local ante las múltiples tentativas de conceder la limpieza del barrio a una empresa privada –lo que ocurrió finalmente en 2014 y que, tras una intensa negociación, el consistorio compensó con la concesión de las reparaciones y obras menores del barrio. La cooperativa de limpieza y el chaleco luminoso del uniforme son, todavía hoy, uno de los símbolos de la lucha: el proyecto de limpieza remarca la retórica del deshecho; de los deshechos humanos del capitalismo tardío o el residuo humano (Bauman, 2005) que reivindica su existencia.

El proyecto comunitario rotulado Nosotr@s Mism@s se centra en la educación, el soporte a las personas con discapacidad y proyectos de salud mental. Un título que defiende “un impulso de dignidad basado en la conciencia de que por muy importantes que sean los problemas, o precisamente por eso, por su importancia, la respuesta sólo puede venir de las propias personas que los sufren, es decir, de nosotr@s mism@s” (Valero, 2008: 41). En éste se insertan los programas de formación para jóvenes –peluquería, reparación y construcción de bicicletas, costura...–, centro de día para menores, comedor social, programa de apoyo mutuo, etcétera. Actividades y programas que han variado a lo largo de los 30 años de actividad pero entre las que siempre han estado presentes las actividades lúdicas, la animación sociocultural en el barrio y las acciones educativas de calle. Así pues, junto a la vertiente identitaria y simbólica, la KPA conjuga la dimensión material con la formativa y social. La multiplicidad de objetivos que establece Yates (2013) para poder hablar de políticas prefigurativas se observa en la KPA que ha trabajado por el establecimiento de unas nuevas coordenadas

de relación social en el barrio en las que las situaciones de pobreza y exclusión son el principal motivo para la participación horizontal, para la búsqueda de alternativas de gestión de lo público que reviertan en el bienestar. Uno de sus logros es que frente a la imagen de marginalidad y delincuencia asociada a los barrios periféricos y la consiguiente desmovilización social (Muñoz, 2008: 164), tanto su autopercepción como la de los movimientos y organizaciones del área metropolitana es la de un barrio en lucha.

3. Repertorios de protesta: acción multinivel y subversión simbólica

La protesta y la acción directa que desarrolla la KPA converge con los objetivos múltiples (Yates, 2013; Maeckelbergh, 2011) de las políticas prefigurativas. Clasificamos las acciones de protesta de acuerdo con los niveles de acción: las acciones que tienen lugar en el vecindario refuerzan las dimensiones simbólicas, identitarias y de transformación de las relaciones sociales; las que se dirigen contra el gobierno local de Alfafar, donde se materializan las demandas políticas –la implantación de la Renta Básica de las Iguales, las demandas de autogestión y participación política, etc.–; las acciones que se llevan a cabo en contra del gobierno autonómico –y que se desplazan hasta el centro de València– en el que se dirimen tanto demandas concretas como demandas generales en las que se desarrolla el discurso más ideológico.

A la dimensión multinivel de la protesta se le suma la dimensión multiforma que combina las manifestaciones, concentraciones o huelgas de hambre donde se ponen en práctica las formas tradicionales de la protesta –repertorio de confrontación y repertorio de acción, que se acompaña habitualmente de represión policial y detenciones– con fórmulas de convención para el reforzamiento de las solidaridades internas (Tilly, 1986) que se plasman en actividades de protesta cotidianas con un fuerte uso del espacio público.

Respondiendo a esta última clasificación, las protestas más ortodoxas persiguen la movilización de recursos y el establecimiento de vínculos con múltiples actores políticos y sociales. Se trata de protestas que suponen un alto coste social: el traslado de las personas a lugares emblemáticos de València, contactar con asociaciones, con músicos y buscar un impacto mediático de la protesta. Son acciones que busca exponer demandas políticas y presionar a los gobiernos.

En segundo lugar, las protestas que se entremezclan en las actividades cotidianas del barrio suponen un cambio relevante en cuanto a la configuración de las personas que participan en las acciones: jóvenes, personas jubiladas y muchas mujeres toman parte de acciones que se sitúan entre el ocio y la protesta. Pintadas de grafitis o jornadas de juegos infantiles en los que se representan las diferencias con la administración local por la gestión del espacio y que evidencian la presión policial. Estas actividades, con un bajo coste social ya se trata simplemente de bajar a la calle y hacer lo que habitualmente se hace, revierten en la sociabilidad y la cohesión social del barrio.

Escindimos una tercera forma, la de la subversión simbólica, que sin embargo aparece tanto en las formas tradicionales como en las cotidianas que se traduce en pequeñas acciones imaginativas que juegan con la comunicación para generar una gramática cultural subversiva en un intento de alterar los contenidos de códigos de comunicación ampliamente reconocidas en el imaginario colectivo para poner de manifiesto o desvelar las lógicas de poder (Grupo autónomo A.f.r.i.c.a et al., 2000).

Un primer elemento presente en las protestas es el de la resimbolización. La estrategia de dotar de nombre a los espacios públicos –la plaza del barrio se convierte en La plaza de los Sueños; la plaza del ayuntamiento, donde han tenido lugar acampadas se pasó a llamar La plaza de la Paciencia Infinita y la plaza en València donde se suceden las protestas que implican al gobierno autonómico se renombró como la plaza de la Trinchera– converge con una diferenciación teórica de lo que se considera espacio público y espacio estatal. Mientras que lo estatal sería todo aquello que puede ser susceptible de ser privatizado por las instituciones, lo público implica el uso social y comunitario que se hace del espacio urbano que, en el contexto de la actividad de la KPA se convierte en el centro de la lucha simbólica: la necesidad de autogestionar el espacio público de acuerdo con las necesidades y demandas que la población requiere sobre su manejo. El espacio público, por tanto, es el lugar de convivencia, encuentro y donde la protesta tiene lugar y se gesta. De acuerdo con Benski y Langman (2013), es el hecho de compartir la presencia en el espacio público la que permite definir los problemas y buscar soluciones colectivas al mismo tiempo que implica prácticas micropolíticas como la gestión alternativa de las relaciones de poder y la instauración de valores contrahegemónicos a través de la participación directa.

La dimensión simbólica de la protesta se materializa en las formas de comunicación interna. La reescritura de la historia del barrio se dota tanto de mitos y leyendas fundacionales como de la plasmación en panfletos de los momentos

considerados épicos. En vez de reflejar los aspectos ideológicos de la lucha, en estas narraciones se centran en pequeños detalles de las acciones que les confieren una dosis de surrealismo e ironía. Una forma de comunicación que en sí es estratégica y que se fundamenta en la conciencia de que “la relación de las personas no se da tan sólo a través del discurso y a través de lo racional, sino por medio de las emociones y del inconsciente” (Valero, 2008: 63).

El segundo elemento, el de la subversión simbólica, obliga a la alteración de la gramática de las protestas. Las acciones son situaciones abiertas que demandan la interpretación de los espectadores. A modo de ejemplo, ante la negativa del alcalde de reunirse con los miembros de la KPA, realizaron una sesión pública de espiritismo para comunicarse con el espíritu del alcalde. En otra ocasión, reprodujeron repetidamente y a alto volumen la canción *Va a estallar el obús* durante horas frente al ayuntamiento a modo de guerra psicológica. Recientemente, pretendían proponer algunas alternativas para luchar contra la crisis social y económica. Ante la falta de comunicación con el gobierno local, lo que empezó como una recogida de firmas, viró en el registro oficial de centenares de solicitudes individuales con las propuestas, hecho que colapsó el registro en lo que interpretaron como una invasión del espacio político.

Un último ejemplo de subversión simbólica se desarrolló en una manifestación que tuvo lugar en València y que llevaba el tópico de la crucifixión. Se alentó a que se llevara una cruz a la protesta para escenificar la crucifixión de los derechos sociales. La canción solemne con la que se acompañó la protesta fue la versión en japonés de “*La vie en rose*”. Se trata, pues, de acciones que crean momentos especiales en la protesta y que alteran la imagen decimonónica de la protesta seria y tensa.

Conclusiones o sobre cómo mantener una protesta a largo plazo

La experiencia del Parke permite revisar ciertos aspectos de las movilizaciones sociales que permiten su continuidad y sobre los que reside su éxito. Está claro que no hay recetas ni tampoco se pueden trasladar iniciativas de un lugar a otro. De hecho, una de las claves para el mantenimiento de la actividad de la KPA reside en el fuerte componente local de sus demandas y en la atención que se le dedica a la dimensión territorial que confluye con la identitaria: el nosotros explícito en todas sus acciones son las gentes de un barrio periférico con problemas de pobreza y exclusión social que lucha por un proyecto de vida comunitario.

Como tal, el proyecto comunitario implica a una heterogeneidad de franjas etarias y atiende problemáticas sociales diversas a la vez que concretas. Asimismo, la penetración del movimiento en el barrio les permite desarrollar acciones directas ante los problemas emergentes: paralizar un desalojo, paralizar la privatización de un servicio, etc.

Los objetivos múltiples se traducen en unos repertorios de acción que atienden a fines diversos: las acciones de confrontación se combinan con las de animación sociocultural en el barrio donde las acciones cotidianas se convierten en acciones de protesta. El aspecto lúdico e imaginativo está presente en todas ellas de manera que las protestas tienen un claro componente subversivo.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2005). *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Buenos Aires: Paidós.
- Benski, T. y Langman, L. (2013). The effects of affects: The place of emotions in the mobilizations of 2011. *Current Sociology*, 61(4), 525-540.
- Castells, M. (2001). *La era de la información. Vol II*. Madrid: Alianza Editorial.
- Grupo autónomo A.f.r.i.c.a., Blisset, L. y Brünzels, S. (2000). *Manual de guerrilla de la comunicación. Cómo acabar con el mal*. Madrid: Virus
- Jaspers, J. M. (1998). The emotion of Protest: affective and reactive Emotions in and around Social Movements. *Sociological Forum*, 13(3), 397-424.
- Maeckelbergh, M. (2011). Doing is Believing: Prefiguration as Strategic Practice in the Alter globalization Movement. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 10(1), 1-20.
- Martínez i Muntada, R. (2011). Movimiento vecinal, antifranquismo y anticapitalismo. *Historia, Trabajo y Sociedad*, 2, 63-90.
- Muñoz, D. (2008). De barrios en lucha a barrios a combatir: breve repaso a algunas cuestiones a tener en cuenta sobre barrios periféricos. En Sáez, M. y Muñoz, D. (coords.) *Nuestros barrios, nuestras luchas. Experiencias de intervención en barrios periféricos*. Ediciones la Burbuja: Valencia.
- Standing (2011). *The Precariat. The New Dangerous Classes*. London: Bloomsbury Academic.
- Tarrow, S. (2004). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.
- Uitermark, J. y Nicholls, W. (2012). How Local Networks Shape a Global Movement: Comparing Occupy in Amsterdam and Los Angeles. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 11(3-4), 295-301.
- Valero, T. (2008). El PARKE, una experiencia comunitaria desde 1985. En Sáez, M. y Muñoz, D. (coords.) *Nuestros barrios, nuestras luchas. Experiencias de intervención en barrios periféricos*. Ediciones la Burbuja: Valencia.
- Yates, L. (2014). Rethinking Prefigurations: Alternatives, Micropolitics and Goals in Social Movements. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 14(1), 1-21.

Biografía

Emma Gómez Nicolau es licenciada en Sociología y en Periodismo por la Universidad de Valencia. La autora ha investigado sobre feminismos, violencia de género y movimientos sociales. Ha trabajado durante cuatro años como investigadora en formación en el departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València donde ha desarrollado su tesis doctoral *Violència de gènere en el discurs televisiu. Procés de producció i representació mediàtica*. Correo electrónico: emma.gomez@uv.es.

David Muñoz Rodríguez es sociólogo y trabajador social. El autor ha ejercido como trabajador social y ha participado en numerosos movimientos sociales. Forma parte de Baladre, coordinadora estatal de luchas contra el paro, la pobreza y la exclusión social. Actualmente trabaja como investigador en formación en el departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València donde investiga sobre exclusión social, precariedad y el impacto de la crisis. Correo electrónico: francisco.d.munoz@uv.es.

Ilusionados pero escépticos: la ciudadanía vasca como vector de la cultura de paz

Hopeful but sceptic: the Basque citizenship as a vector for a culture of peace

Álvaro Ramírez Calvo, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Resumen

En el último lustro, numerosos acontecimientos de orden político, cultural y social han tenido lugar en el País Vasco, produciendo el paso de un contexto marcado por la violencia y la confrontación a otro donde la mayoría de opciones políticas defienden sus postulados a través del escrutinio democrático. Este cambio se debe, entre otros factores, al trabajo de una serie de agentes sociales que han ido promocionando valores relacionados con la cultura de paz. Los medios de comunicación y las organizaciones contra la violencia política del País Vasco han sido claves a la hora de crear, enmarcar, visibilizar y consolidar todo un repertorio de valores, creencias y actitudes que ahora están cristalizando, bien desde la movilización social, bien desde el consumo de informaciones mediáticas, en un proceso multidireccional y poliédrico. Dicho proceso tiene como destinataria principal a la ciudadanía vasca, elemento indispensable en el actual cambio cultural, puesto que es a través de sus prácticas e interacciones cotidianas como favorece o impide su consolidación. ¿Qué ingredientes conforman la relación entre estos tres actores?

Entre los meses de junio y agosto de 2014 se llevaron a cabo once entrevistas en profundidad en las localidades de Ermua (Vizcaya), Llodio (Álava) y Rentería (Guipúzcoa). Los entrevistados fueron habitantes de dichos municipios, de entre 26 y 79 años y distintos niveles de estudios, ocupaciones laborales y preferencias ideológicas. Los ítems en torno a los cuales giraron las entrevistas fueron: 1. Función de los medios de comunicación; 2. Función de las organizaciones contra la violencia política; 3. Legitimidad e influencia de dichos actores; 4. Posibilidades de acceso e interacción por parte de la ciudadanía. Los informantes mostraron una preferencia positiva por las organizaciones pacifistas, pero reconocieron que los medios de comunicación son más influyentes. La interacción con unos y otros se encuentra bastante limitada.

Palabras clave

Cultura de paz; enmarcado; medios de comunicación; organizaciones pacifistas; País Vasco.

Abstract

In the last five years, many political, cultural and social events have happened in the Basque Country, provoking the change from a context based on violence and confrontation to another where most of political options defend their positions through democracy. This change is due to, among other factors, the work of a set of social agents that have been fostering values related to a culture of peace. Media and the organisations against political violence have been key when creating, framing and making visible a repertoire of values, beliefs and attitudes that are crystallising, either from the social mobilisation or the consumption of information, in a multidirectional process. Such process have citizens as main targets, who are essential elements in the current cultural change, since it is through their practices and daily interactions how they favour or block its consolidation. What elements define the relation between these three actors?

Between June and August 2014, eleven in-depth interviews were carried out in Ermua (Biscay), Llodio (Alava) and Rentería (Guipúzcoa). The interviewees were inhabitants of those municipalities, aged between 26 and 79 years old, and with different backgrounds, occupations and ideological preferences. The items towards which the interview was developed were: 1. Function of media; 2. Function of organisations against political violence; 3. Legitimacy and influence of those actors; 4. Access and interaction from the citizenship. The informants showed a positive preference towards pacifist organisations, but recognised that media are more influential. The interaction between one and another has been restricted.

Keywords

Culture of peace; framing; media; pacifist organizations; Basque Country.

Introducción

La cultura es un vasto y complejo campo de interacciones, normas, valores y percepciones de la realidad compartido por los miembros de un determinado grupo social. Es un poderoso recurso para desarrollar estrategias de resolución de conflictos (Lederach, 1996) porque implica un conocimiento colectivo con una doble función de memoria y de orientación de futuro (Bar-Tal, 2009). En ese sentido, la ONU define el término *cultura de paz* como el “conjunto de valores, actitudes, tradiciones, comportamientos y estilos de vida” que favorecen, entre otras cosas, el “respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales”, y la “adhesión a los principios de libertad, justicia, democracia, tolerancia, solidaridad, cooperación, pluralismo, diversidad cultural, diálogo y entendimiento a todos los niveles de la sociedad y entre las naciones” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1999: 2-3). Sin embargo, la existencia de una cultura de paz sólida y extendida es todavía algo desconocido para la mayoría de grupos sociales, naciones o estados (Banda, 2002).

En el último lustro, coincidiendo con el final de la actividad de ETA, han mejorado las condiciones para la existencia sostenible de una cultura de paz en el País Vasco, como la iniciativa Glencree¹ o los encuentros restaurativos entre víctimas y victimarios,² entre otros. La presente comunicación toma como principales agentes sociales para la consolidación de dicha cultura de paz a los medios de comunicación y las organizaciones contra la violencia política de Euskadi, con la ciudadanía como

¹ En verano de 2012, se hicieron públicos los encuentros mantenidos entre varias víctimas de ETA, los GAL, el Batallón Vasco Español y fuerzas policiales, que tuvieron lugar entre 2007 y 2012 en la localidad irlandesa de Glencree y que supusieron, según uno de sus impulsores, “una referencia pedagógica para la sociedad” (entrevista con el autor, julio de 2014).

² Una serie de encuentros llevados a cabo entre 2011 y 2012 entre víctimas de ETA y militantes condenados a penas de cárcel. Un análisis exhaustivo de dicho proceso puede encontrarse en Pascual Rodríguez, 2013.

principal destinataria de sus mensajes. Las organizaciones contra la violencia política son todas aquellas entidades que han orientado sus acciones y discursos a la superación de la violencia de ETA y otros agentes relacionados con la situación política vasca, fomentando además la reconciliación entre los distintos sectores sociales y proponiendo distintas formas de movilización colectiva.³ Por su parte, los medios de comunicación son entidades cruciales para difundir y crear discursos públicos en torno a una cultura de paz concreta (Alí, 2012). En el caso del País Vasco, los media tienen unas particularidades muy específicas en cuanto a consumo, incidencia, tipología y línea editorial (Zallo, 2012).⁴ Finalmente, la ciudadanía es una entidad necesaria a la hora de crear y potenciar la cultura de paz, en tanto articula, da contenido y adapta, a nivel local, las propuestas de las organizaciones en contra de la violencia política.

Entre los meses de junio y agosto de 2014 se llevaron a cabo once entrevistas en profundidad en las localidades de Ermua (Vizcaya), Llodio (Álava) y Rentería (Guipúzcoa).⁵ Los entrevistados fueron habitantes de dichos municipios, de entre 26 y 79 años y con distintos niveles de estudios, ocupaciones laborales y preferencias ideológicas. En las próximas secciones se exponen algunos de los principales descubrimientos realizados durante el mencionado trabajo de campo, y que tienen como principales temas la percepción, legitimidad e influencia que los entrevistados perciben sobre los medios de comunicación y las organizaciones contra la violencia política vasca, así como las posibilidades de acceso e interacción que los ciudadanos tienen con unos y otras para consolidar hipotéticas iniciativas de construcción de paz a nivel local.

³ Según Gago (2011: 10; 2007), las organizaciones por la paz de Euskadi han adoptado funciones de creación de discurso público y simbólico, instrumentalidad política y capacidad de movilización que, combinadas, han dado lugar a un poderoso marco de acción.

⁴ Tradicionalmente, el consumo mediático en el País Vasco ha sido superior al de la media española, con 132 ejemplares por cada 1000 habitantes frente a los 84 ejemplares por cada 1000 del conjunto del territorio español (Zallo, 2012: 4). Otros elementos endémicos del sistema mediático vasco son la bipolaridad entre cabeceras nacionalistas y no nacionalistas, y su carácter bilingüe, donde las informaciones expresadas en euskera aparecen con desigual frecuencia y en función del medio (Idoiaga y Ramírez de la Piscina, 2002).

⁵ Estas tres ciudades poseen una población de entre 16 000 y 39 000 habitantes y registran prioridades diferentes en cuanto a las opciones políticas disponibles: en algunas el voto dominante reside entre los partidos nacionalistas (Bildu y PNV), mientras que en otros casos los sufragios tienen como destinatario principal a partidos no nacionalistas (PSE-EE y PP).

1. Percepción, legitimidad e influencia

1.1 Medios de comunicación

Todos los entrevistados coinciden en que los medios son fundamentales a la hora de transmitir informaciones y crear opinión. Sin embargo, la percepción general en torno a su labor en la construcción de una cultura de paz en el País Vasco es negativa. La principal característica atribuida son los propios intereses empresariales: cada cabecera persigue unos objetivos económicos, y subordina su actividad a los mismos. Esto podría explicar fenómenos como la concentración mediática y el desequilibrio ideológico entre medios, que algunos entrevistados subrayan. Con respecto a esto último, un informante asegura: “los medios reflejan las diferentes opciones de carácter social y político que ha habido, aunque con un desequilibrio bastante manifiesto [...] no todos tienen los mismos medios para poder estar en el mercado”.

Acorde con esta idea, más de la mitad de los entrevistados considera que hay una dependencia evidente entre medios y partidos políticos y gobiernos. Así, cada partido tendría su medio privado, pero también los medios públicos serían utilizados por las administraciones para inclinar tendencias.⁶ Esto hace que a veces se perciban las informaciones como propagandísticas, sesgadas y manipuladoras, en lugar de como datos objetivos. Ante esto, la propuesta de algunos entrevistados es la de hacer un uso crítico de las informaciones, aplicable a un doble nivel individual y social. A nivel individual, este uso crítico estaría ligado a la percepción selectiva de las noticias, que es más fuerte cuando menos acumulación y conformidad hay hacia las mismas (Wolf, 1994). Es decir, que una actitud crítica necesita ser disconforme y consumir informaciones procedentes de múltiples fuentes. A nivel social, la recepción crítica de las noticias podría explicarse parcialmente por la pretendida naturaleza comunitarista de la sociedad vasca, que permite la aparición de diversas prácticas institucionalizadas de solidaridad y reconocimiento entre semejantes (Egaña, 1996; Funes, 1998; Letamendia, 1994), y por tanto favorecería el intercambio de discursos intersubjetivos y limitaría el posible impacto directo del sistema mediático sobre los individuos.

En este punto, es conveniente recordar la importancia de los procesos de enmarcado para los medios de comunicación. La producción de noticias puede

⁶ Sin embargo, pueden darse visiones contradictorias, como la que ilustra el siguiente entrevistado: “El Diario Vasco es curioso, porque siempre está por el que manda en Guipúzcoa. Aunque sea del Grupo Vocento [*tradicionalmente conservador*, n.d.a] (...), cuando habla de políticas locales o provinciales, el Diario Vasco siempre está con la Diputación. Ahora mismo, con la izquierda abertzale, a pesar de que sea un periódico de derechas”.

considerarse un sistema de poder en el que se establecen disputas constantes entre marcos (Gans, 1979; Gitlin, 1980), que son los procesos a través de los cuales se seleccionan y destacan algunos aspectos de determinados asuntos, así como la conexión entre ellos, para promover una interpretación particular (Entman, 2004). Esto ayudaría a explicar otro factor relacionado con la manipulación subrayada por varios entrevistados: la diferencia manifestada entre la realidad percibida y los contenidos de las noticias sobre la situación política del País Vasco. Varios informantes coinciden en que, si bien los medios no inventan nuevas realidades, sí amplifican algunos aspectos, especialmente los violentos, contribuyendo a la simplificación de los hechos y la polarización de las opiniones. Según un entrevistado de Rentería que experimentó algunos episodios de violencia callejera en esa localidad durante los años noventa:

Estaba la carretera cortada con un camión incendiado, y la gente estaba tomando potes de la manera más normal del mundo, y lo habían hecho cincuenta tíos encapuchados. Cincuenta. Chavalitos de 16 años. Y salía en el telediario. ¿Esa es la imagen real de Errenteria? ¿De 50 000 habitantes, cincuenta tíos montando ese *show*? Distorsiona esa realidad [...] depende de lo que saques, puedes subjetivizar la realidad. La imagen es cierta, es correcta, está ahí. Pero eso no es un resumen de la situación del país, ni de lo que pasa todos los días en el país.

De acuerdo con Gusfield (1994), la descripción que hacen los medios de comunicación sobre los colectivos sociales influye en la imagen que de ellos se forman tanto sus seguidores como otros observadores. Para dicho autor, los medios desarrollan un vocabulario que explica el movimiento social, así como establecen cierta dramaturgia que es más efectiva cuanto más expresivo o simbólico resulte dicho colectivo,⁷ o cuanto más masivo se vuelva. En el caso del tratamiento que hacen los medios sobre las organizaciones contra la violencia política en Euskadi, los entrevistados consideran que, de nuevo, se lleva a cabo una simplificación. En este caso, se unifican afinidades, formas de actuación o reivindicaciones, y se simplifica la pluralidad en la militancia de dichos movimientos, llegando a establecer diferencias inexistentes entre organizaciones, lo cual puede conducir a malentendidos o atribuciones incorrectas (Hunt et al., 1994). Además, para algunos entrevistados, sobre todo aquellos simpatizantes con el nacionalismo vasco, determinados medios no se han

⁷ Es el caso de Gesto por la Paz, organización social que surgió a mediados de los años ochenta como reacción a la escalada violenta de ETA en aquella década, y que organizó actividades que resultaron muy efectivas desde el punto de vista mediático, como la campaña del *lazo azul* a raíz del secuestro de Julio Iglesias Zamora en 1993, o los *gestos*, concentraciones silenciosas de quince minutos tras cada muerte (Gago, 2011 y 2007; Gómez Moral, 2013).

mostrado favorables a ningún proceso de paz o negociación entre ETA y los sucesivos gobiernos españoles en el pasado:

A El Mundo, El País... les ha gustado la beligerancia [...] han vivido del conflicto y se han alimentado del conflicto [...] en momentos en que ha habido condiciones para la paz han estado dinamitando un poco. Sobre todo los medios de ámbito español, por decirlo de algún modo.

Sin embargo, pese a que para la mayoría de los entrevistados los medios no han estado a la altura para contribuir al establecimiento de una cultura de paz en el País Vasco, todos ellos los reconocen como legítimos e influyentes a la hora de reforzar las propias identidades e ideologías. Asimismo, los medios también son indispensables para favorecer la discusión de los asuntos públicos, incluyendo la situación política vasca. El problema que surge es, nuevamente, el de la pluralidad informativa: “En la medida en que somos más consumidores de medios de comunicación, esa opinión nos va influyendo más [...], y en la medida en que esos medios son plurales nuestra opinión o nuestra interpretación será más plural o más contrastada”. Algunos entrevistados, por su parte, señalan la proliferación de medios digitales como una condición necesaria para profundizar en esa pluralidad. Dicho florecimiento implicaría, por otro lado, un contrapeso de los medios tradicionales, que tendrían que adecuar sus enfoques con respecto a la cobertura de la situación.

1.2 Organizaciones contra la violencia política vasca

Para los entrevistados, la función de las organizaciones contra la violencia política es más plural y compleja que en el caso de los medios de comunicación: abarca desde la clarificación de la situación política vasca de las últimas décadas, hasta la comprensión mutua entre familias ideológicas, pasando por la comunicación entre agentes sociales o el fomento del perdón. Las herramientas empleadas para ello incluyen repertorios convencionales de acción colectiva, como manifestaciones, foros y encuentros. Este conocimiento pormenorizado por parte de los entrevistados podría explicarse porque la mayoría de los informantes ha participado de manera más o menos irregular, o ha simpatizado, o ha sido socio. En cualquier caso, todos conocen la existencia de al menos una de estas organizaciones.⁸

⁸ Los nombres más mencionados a lo largo de las entrevistas fueron Gesto por la Paz, Elkarri, Lokarri (sucesora de la anterior), Gernika Gogoratuz, Bakea Orain y Denon Artean, entre otros.

En general, los colectivos pacifistas vascos son percibidos en términos muy positivos, se les otorga atributos como altruismo o intermediación entre partidos políticos y otros organismos, y se les define como una respuesta ciudadana que aparecía en cuanto había casos de violencia política en el País Vasco. Además, algún entrevistado reconoce que dichas organizaciones representan nuevas formas de participación política al margen de partidos o sindicatos. Sin embargo, la existencia de una variedad de organizaciones ha podido suponer barreras que impidiesen hacer un trabajo más global y no tan compartimentado. Las principales diferencias establecidas por los entrevistados tienen que ver con el diagnóstico del problema:

La mayor parte de los movimientos pacifistas que han salido lo han hecho claramente en contra de ETA [...] el conflicto tiene una vertiente violenta, y hay un movimiento absolutamente legítimo y absolutamente comprensible [...] Aquellos cuyo objetivo era la desaparición de ETA, han cumplido su objetivo, han desaparecido [...] los que se planteaban la cuestión como un objetivo resolutivo [...] siguen en el ejercicio en el momento actual, que es el caso de Lokarri.⁹

Pese a estas diferencias entre movimientos, los entrevistados reconocen con respeto la labor realizada de todos ellos. Este respeto se refleja en las siguientes palabras de una entrevistada militante de Elkarri: “Para mí son complementarios, porque no sobra nadie en la convivencia. A mí no me sobra nadie. Y creo que a nadie le debe sobrar nadie [...] Que recuerde, los dos movimientos importantes han sido Gesto y Elkarri. Y han sabido estar en su sitio”.

Los procesos de enmarcado anteriormente definidos también son de gran importancia para algunas teorías de los movimientos sociales. Según Benford y Snow, los marcos de acción colectiva son procesos activos de construcción de la realidad que retan a otros marcos antagónicos (Benford y Snow, 2000), es decir, que al igual que en el caso mediático, los marcos con los que los movimientos sociales interpretan la realidad también están sujetos a una constante disputa. Para Alberto Melucci estos marcos están necesariamente insertos dentro de un sistema ideológico, entendiendo como tal el “conjunto de marcos simbólicos que los actores colectivos usan para representar sus propias acciones, tanto hacia ellos mismos como hacia otros, dentro de un sistema de relaciones sociales” (Melucci, 1996: 349). Un ejemplo de cambio de

⁹ Lokarri (“Lo que sirve para unir”), aboga por la irreversibilidad del fin de ETA, y por el acuerdo y la consulta como parte indispensable de una resolución política del conflicto vasco.

marco efectuado por una de las organizaciones pacifistas vascas viene explicado en el siguiente testimonio:

Se pasó de una situación en la que las víctimas se avergonzaban de ser víctimas y lo ocultaban, porque parecía un estigma, porque si ETA atentó, ‘algo habrás hecho’, esa era la mentalidad, Gesto por la Paz hizo una labor importante, fueron los primeros en hacer manifestaciones pacíficas...

Por último, los informantes se refieren al ciclo vital de cada una de estas organizaciones. Precisamente, dos de los colectivos contra la violencia política vasca más destacados han afrontado recientemente su final.¹⁰ En ese sentido, las percepciones son diferentes. Mientras que para unos hay instituciones existentes que pueden servir para consolidar las condiciones de una paz social, como el Parlamento Vasco o la Secretaría General para la Paz y la Convivencia dependiente del Gobierno vasco, y que por lo tanto sustituyen la necesidad de que pervivan las organizaciones sociales, para otros tiene que ver simplemente con el cumplimiento de objetivos, con el cambio en las estructuras políticas que facilitaban esa movilización social, o con el final del ciclo de protestas que le daban sentido (Casquete, 1998). Como afirmó pragmáticamente uno de los entrevistados: “Bueno, hasta aquí has llegado, has propiciado un poco los encuentros, ya está”.

2. Capacidad de acceso

Por lo general, los entrevistados perciben las posibilidades de acceder a los medios de comunicación y los colectivos pacifistas con cierta cautela. Teniendo en cuenta las percepciones primordialmente negativas sobre los media, algunos entrevistados tienen más confianza en las redes sociales y las nuevas tecnologías que en las cabeceras convencionales, aunque indudablemente estas últimas tienen una mayor capacidad de difusión y de recursos disponibles: “Con la llegada de Internet [...] ya no vivimos en el mundo de hace diez años, y la capacidad de llegar al resto es mayor aún, no necesariamente es a través de los medios de comunicación, aunque tienen mucha importancia todavía a la hora de vehicular estas ideas”. Además, algunos entrevistados

¹⁰ Gesto por la Paz finalizó su andadura en la primavera de 2013, una vez entendió que había alcanzado los objetivos que perseguía: “Nos disolvemos en la sociedad siendo ciudadanos absolutamente anónimos, absolutamente plurales y absolutamente libres”: http://www.gesto.org/archivos/201404/2013-06-01_manifiesto_final.pdf?1. Por su parte, en marzo de 2015 Lokarri finalizará su actividad, al considerar que “las condiciones para asentar el proceso de paz son las mejores de nuestra historia reciente”: <http://www.lokarri.org/index.php/es/actualidad-lokarri/prensa/lokarri-concluye-trayectoria>.

coinciden en que las nuevas tecnologías no están exentas de riesgos ya mencionados, como la publicación de informaciones sesgadas.

Varios entrevistados señalan que los medios tendrían que acercarse más a la realidad local para tratar de cubrir aquellas posibles informaciones relacionadas con el establecimiento de una cultura de paz en el País Vasco a nivel micro. En este sentido, la existencia de corresponsalías locales se considera un recurso que podría facilitar la transmisión de dichas iniciativas. Por otra parte, la implantación de un código deontológico, adaptado al contexto vasco, para que los profesionales cubran las informaciones de una forma acorde con los requisitos de una cultura de paz, también sería un factor positivo. En cualquier caso, los entrevistados coinciden en que para que una iniciativa local de estas características sea exitosa a nivel informativo, hay que conocer la realidad mediática al detalle. Según un informante que trabajó como periodista:

En general, los medios no le dan mucha importancia al hecho, no se interesan, están demasiado comidos por las rutinas informativas como para detectar aquellas iniciativas socialmente interesantes a la hora de promover el encuentro, el entendimiento, el intercambio entre diferentes [...] No existe ese nivel de interacción.

En ese sentido, conocer los valores, las condiciones estructurales y las rutinas profesionales que imperan dentro de las redacciones sobre qué es noticia y qué no es un requisito indispensable, según los entrevistados, para atraer la atención de los medios y fortalecer la construcción mediática de la paz (Crettenand, 2012).

El acceso a las organizaciones se percibe en términos más positivos. Los informantes creen que la unión de varias iniciativas locales puede dar lugar a experiencias ciudadanas de mayor recorrido, y esa cooperación requeriría, en aras de su efectividad, la presencia de colectivos pacifistas, o de otras estructuras asociativas previamente existentes, con recursos y competencias necesarios para optimizar los resultados. Dichas plataformas, además, podrían servir de puente entre la ciudadanía, los partidos y otras organizaciones políticas y culturales.

Sin embargo, algunos problemas destacados por los entrevistados son que las iniciativas relacionadas con la cultura de paz en el País Vasco son muy irregulares en el tiempo y el espacio, que el compromiso militante es cada vez más intermitente, con el consiguiente desplazamiento en las prioridades de movilización (Ibarra y De la Peña

Varona, 2004), y que los líderes locales necesarios para impulsar las iniciativas podrían actuar en función de estrategias de poder al margen de la movilización inicial.

Conclusiones

Los medios de comunicación y las organizaciones pacifistas del País Vasco tienen potencial suficiente como para influir y modificar las percepciones sobre la realidad política de Euskadi y ayudar a consolidar una cultura de paz. Tanto unos como otros se perfilan, a ojos de los entrevistados, como legítimos, aunque la dependencia económica y política de los medios de comunicación les resta autoridad y hace necesario el consumo crítico de sus informaciones.

Comparando capacidades de influencia, los entrevistados reconocen más poder a los medios, aunque la menor influencia de los colectivos se comparte en términos más positivos. Las organizaciones crean nuevos marcos de comprensión, y tienen que disputar los espacios más predominantes a los marcos mediáticos. Allí donde los medios muestran informaciones simplificadas, polarizadas y determinadas por acontecimientos de orden violento no representativos de la situación general, los colectivos pacifistas han ayudado a clarificar la complejidad política vasca de las últimas décadas. Según un entrevistado, hablando de las organizaciones opuestas a la violencia política:

Sobre la sociedad tienen menos influencia que los medios de comunicación. Creo que los medios tienen mucha más influencia que lo que tienen las organizaciones pacifistas [...] Visto lo visto, visto el espectro de los medios de comunicación, y visto el espectro de las organizaciones sociales, pues me gustaría que estuviera más equilibrado, y que la influencia de las organizaciones fuese mayor aunque supongo que es la que tiene que ser, quizá la otra [...] está sobredimensionada, la de los medios de comunicación.

Las diferencias existentes entre los colectivos contrarios a la violencia política a la hora de enmarcar el conflicto vasco y de establecer sus repertorios de acción, quedan compensadas porque todas se encaminan a objetivos similares. En general, todos los colectivos tienen en común la creación de una forma de comunidad emocional que une a personas contrarias a determinadas formas de violencia en el País Vasco. Pese a que varios entrevistados piensan que las organizaciones pacifistas están por delante de otras agencias en cuanto al diagnóstico de la cultura de paz en Euskadi, su cristalización no está libre de las lógicas de poder y de dependencias partidistas.

Teniendo en cuenta la concepción moderna de los medios de comunicación, la influencia de intereses políticos y económicos de la industria mediática –destacada de manera mayoritaria por los entrevistados– es lo que evitaría el desarrollo de una deliberación crítica y racional de los asuntos concernientes a la esfera pública (Genaut, 2011), punto de encuentro inevitable entre las organizaciones pacifistas vascas y los medios de comunicación. Sin embargo, dado que dichas organizaciones operan fundamentalmente fuera del sistema mediático (Nos Aldás et al., 2008), los entrevistados entienden que, para que se produzca un encuentro fructífero entre organizaciones contrarias a la violencia política y medios de comunicación vascos, aquéllas deben tener un discurso público potente, que se apoyaría por elementos como la pertenencia a redes sociales influyentes, la coherencia ideológica o la capacidad de crear mensajes que sean interesantes a nivel mediático. Por tanto, se vuelve imprescindible que dichas organizaciones conozcan los condicionantes del proceso de construcción de la noticia y que dominen los resortes que les garanticen un discurso público y consolidado que conecte con el interés general de las audiencias, ciudadanas antes que meras consumidoras de información.

Bibliografía

- Alí, M. (2012). *Comunicar la paz. Estudios sobre comunicación y medios para las comunidades*. Saarbrücken: EAE-LAP.
- Banda, A. (2002). *La cultura de paz*. Barcelona: Intermón Oxfam.
- Bar-Tal, D., Rosen, Y. y Nets-Zehngut, R. (2009). Educación para la paz en las sociedades involucradas en conflictos complejos e insolubles: objetivos, condiciones y direcciones. En *Superando la violencia colectiva y construyendo cultura de paz*. Madrid: Fundamentos.
- Benford, R., y Snow, D. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.
- Casquete, J. (1998). *Política, cultura y movimientos sociales*. Bilbao: Bakeaz.
- Crettenand, M. (2012). *Le rôle de la presse dans la construction de la paix. Le cas du conflit basque*. Tesis doctoral. University of Geneve.
- Egaña, I. (1996). *Diccionario histórico-político de Euskal Herria*. Tafalla: Txalaparta.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power. Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. Chicago y Londres: The University of Chicago Press.
- Funes Rivas, M. J. (1998). *La salida del silencio. Movilizaciones por la paz en Euskadi 1986/1998*. Madrid: Akal.
- Gago, E. (2011). *The impact of peace movements on a society immersed in conflict. An analysis of the framing processes of the Basque peace movement*. Tesis doctoral. Universidad de Bradford, Bradford.
- Gago, E. (2007). Acción social en el proceso de paz. Lokarri y Gesto por la Paz como alternativa en un momento de crisis. En P. Ibarra y E. Grau (eds.) *La red en el conflicto. Anuario de movimientos sociales 2007*. Barcelona, Icaria.

- Gans, H. (2004) [1979]. *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Genaut Arratibel, A. (2011). *La profesionalización del periodista electrónico: análisis de la oferta docente en las licenciaturas de periodismo en España*. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco, Leioa.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching. Mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley, etc.: University of California Press.
- Gómez Moral, A. R. (2013). *Un gesto que hizo sonar el silencio*. Bilbao: Coordinadora Gesto por la Paz de Euskal Herria.
- Gusfield, J. (1994). La reflexividad de los movimientos sociales: una revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hunt, S., Benford, R., y Snow, D. (1994). Marcos de acción colectiva y campos de identidad en la construcción social de los movimientos. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Ibarra, P., y de la Peña Varona, A. (2004). *De la confrontación militante a la cooperación pragmática. Nuevas formas de acción colectiva en Euskadi*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Idoiaga, P., y Ramírez de la Piscina, T. (2002). *Al filo de la (in)comunicación. Prensa y conflicto vasco*. Madrid: Fundamentos.
- Lederach, J. P. (1996). *Preparing for peace. Conflict transformation across cultures*. Syracuse, Syracuse University Press.
- Letamendia, F. (1994). *Historia del nacionalismo vasco y de ETA. ETA en el Franquismo (1951-1976)*. San Sebastián: R&B.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes. Collective action in the information age*. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press.
- Naciones Unidas, Asamblea General (1999). *Resolución 53/243. Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz*. Recuperado de http://www3.unesco.org/iycp/kits/sp_res243.pdf.
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S., y Rivas Machota, A. M. (2008). *Comunicación y construcción de paz*. Barcelona: Icaria.
- Pascual Rodríguez, E. (2013). *Los ojos del otro. Encuentros restaurativos entre víctimas y ex miembros de ETA*. Santander: Sal Terrae.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Zallo, R. (2012). Retos del sistema vasco de comunicación. El papel de EITB. Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad *Crisis y políticas. La radiotelevisión pública en el punto de mira*. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Bilbao, 4-5 octubre de 2012.

Biografía

Alvaro Ramírez Calvo es doctorando en Ciencias Políticas y de la Administración (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea), Máster en Comunicación Social (Universidad Complutense de Madrid) y Licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad de Burgos). Actualmente cursa estudios de Master en Conflict Resolution and Governance (Universiteit van Amsterdam). Su tesis doctoral se centra en el concepto de cultura de paz en el País Vasco, y estudia la relación entre organizaciones contra la violencia política, medios de comunicación y ciudadanía en dicha región. Ha

sido colaborador honorífico en el Departamento de Sociología IV de la Universidad Complutense de Madrid, donde participó en la planificación, ejecución y evaluación de encuestas para el proyecto *Nuevas tecnologías de la información y participación ciudadana. Formas de mediación local y desarrollo comunitario de la ciudadanía digital* (2011). Asimismo, ha asistido a varios congresos, presentando ponencias relacionadas con la comunicación para la paz. También ha escrito artículos, reportajes y entrevistas relacionados con la cultura, el cambio social y los conflictos. Correo electrónico: alvaro.rcalvo@gmail.com.

Intereses privados en espacios públicos: El conflicto social del Parque de Galeras en Santiago de Compostela

Private interests in public spaces. The social conflict of the Galeras's Park in Santiago de Compostela

Luis Antonio Ogando Des, Universidade de Santiago de Compostela

Resumen

Los espacios públicos son, desde Roma y Grecia, los centros de intercambio comunicativo, político, cultural, social y económico de las ciudades. Por ello la apropiación que del mismo hacen los diferentes actores urbanos es fundamental para construir una visión completa de la vida urbana en el S. XXI, en el que las ciudades cada vez son más grandes y los espacios públicos se ven cada vez más amenazados por intereses privados. El espacio público es lugar de consensos y disensos, de conflicto, porque en la forma que se construye y modifica entran en juego las posturas ideológicas de los distintos actores así como dinámicas comunicativas y de poder. A la hora de gestionar lo que es de todos, lo común, salen a la luz las diversas formas que tienen los actores de entender y practicar la ciudad, así como sus propios intereses a la hora de planificarla.

En la presente investigación se analizará el conflicto social que surgió en Santiago de Compostela, cuando el *Concello* aprobó un plan que implicaría eliminar un trozo de un parque público para construir una rotonda, un doble vial y un acceso a un parking subterráneo. A partir de ahí se desarrollaron de forma entrelazada un conflicto social entre un movimiento vecinal de oposición al proyecto y defensa del espacio público y el gobierno municipal y la concesionaria del parking; y un conflicto político dentro de la corporación municipal entre el equipo de gobierno y los grupos de la oposición. Para aproximarnos a todo ello, haremos un análisis del discurso de los diferentes actores a través de las 20 noticias publicadas por el principal periódico eminentemente local de la ciudad, El Correo Gallego.

El actual funcionamiento de la democracia representativa occidental ha generado en el plano de la ciudad, por un lado, un déficit comunicativo entre ciudadanos y representantes. Y por otro lado, relaciones opacas entre poderes públicos y privados, que se escapan al control tanto de las empresas informativas como de la propia ciudadanía. En el presente artículo, se llega a la conclusión de que el conflicto no es un problema, una ruptura de la normalidad de la vida urbana, sino una posibilidad de abrir un canal comunicativo entre ciudadanos y poderes públicos de cara a la toma conjunta de decisiones sobre lo que afecta todos, sobre lo común. El conflicto es una forma de superar el déficit comunicativo observado, a lo largo de la investigación, entre administraciones y ciudadanía.

Palabras clave

Conflicto; comunicación; espacio público; movimiento vecinal; poder.

Abstract

Public spaces are, from Rome and Greece, the centers of communicative, political, cultural, social and economic exchange of cities. Therefore, how different urban stakeholders appropriate them is essential to build a complete picture of urban life in the S. XXI, in which cities are increasingly larger and public spaces are more and more threatened by private interests. Public space is a place of consensus and dissent, of conflict, because in the way it is built and modified come into play the

ideological positions of the different actors just as communicative and power dynamics. At the time of managing what belongs to everyone, the common space, usually, the various ways in which different actors understand and practice the city, as well as its own interests when planning it, are brought to light.

In this research, we will analyze the social conflict that arose in Santiago de Compostela when the City Council approved a plan that would remove a piece of a public park to build a roundabout, a double vial and an access to an underground parking. From there, a social conflict between a neighborhood movement of opposition to the project and defense of public space against the municipal government and the concessionaire of parking, as well as a political conflict within the municipal corporation between the government team and opposition groups, developed in an intertwined way. To approach these conflicts, we will analyze the discourse of different actors across 20 news published by the main eminently local city newspaper, El Correo Gallego.

The current operation of Western representative democracy has generated in the city, on the one hand, a communication gap between citizens and representatives. On the other hand, opaque relationships between public and private powers, which are beyond the control of both media companies and the citizens themselves. The aim of the article is to hold that conflict is not a problem, a break from normality of urban life, but a possibility of opening a channel of communication between citizens and public authorities in the face of joint decision-making about what affects all on the ordinary. Conflict is a way to overcome the communicative deficits observed throughout the investigation, between administrations and citizens.

Keywords

Conflict; communication; neighborhood movement; public space; power.

Introducción

En la actual situación de crisis económica, social y política, la gestión de lo público y las dinámicas comunicativas entre ciudadanos y poderes públicos han pasado a un primer plano, sobre todo en lo que respecta a la construcción de la ciudad. De tal forma que nos encontramos, como ha sostenido Oñate (2013: 31), ante una época de “movilización política que afloró en España a partir del 15 de marzo de 2011”. Para abordar estas cuestiones, la presente investigación se centrará en un conflicto socio-político de ámbito local (Santiago de Compostela), en el que una plataforma vecinal se enfrentó al gobierno municipal por un proyecto urbanístico que eliminaba parte del parque del barrio (Galeras), para construir una rotonda, un doble vial y una nueva entrada a un parking subterráneo. En dicho caso, se concentran algunos de los grandes debates urbanos actuales como la propia configuración de la ciudad, la gestión de los espacios públicos o cómo son las relaciones comunicativas en nuestras urbes modernas.

1. Marco teórico

Sostiene Francesco Indovina (1980: 104) que “el espacio está ordenado y viene ordenado respecto a las exigencias del proceso económico”. Como consecuencia de esto, la ordenación del territorio sería “la expresión de un interés preponderante; tal ‘preponderancia’ depende del proceso económico real como de los mecanismos políticos accionados” (Indovina: 104). En el caso sobre el que gira la presente investigación, el espacio público estuvo a punto de ser modificado siguiendo la lógica de Indovina.

Por un lado, tendríamos el interés económico, no sólo del parking, sino también de comerciantes y empresarios del barrio. Por otro, tendríamos los mecanismos políticos empleados por el Gobierno y la oposición municipales, y por una plataforma vecinal que puso en marcha una serie de tácticas para luchar contra el plan de eliminar parte del espacio público. A este respecto, el presente trabajo sostiene que la movilizaciones sociales que han surgido en los últimos años tienen “carácter democrático (...) y que no se orientan sino a mejorar la calidad del funcionamiento de los propios sistemas democráticos” (Oñate, 2013: 31).

A la hora de abordar los conflictos que surgen en torno a la construcción, mantenimiento y transformación de los espacios públicos, hay que tener en cuenta, más allá de la propia morfología de los mismos o del papel que juegan en sus respectivos barrios, las propias relaciones comunicativas que se dan en estos. Cómo funcionan los flujos comunicativos del barrio, cómo son las relaciones interpersonales.

La relación entre producción del espacio y movimientos sociales no es mecánica, sino que tiene como elemento de complejidad, y de una decisiva importancia, las tipologías de la vida cotidiana de las distintas vecindades. O sea, que la tipología del barrio, si sólo se considera desde la producción del espacio, nos lleva a la clave de las reivindicaciones y de los motivos de contradicción entre los usuarios y el sistema económico y político. Pero no nos aclara ni las formas, ni los momentos, ni los agentes principales, que actúan como detonadores y mantenedores del conflicto (Villasante, 1984: 108).

2. Metodología

El barrio de Galeras está situado a los pies del casco histórico de Santiago de Compostela, al oeste de la Praza do Obradoiro, centro neurálgico de la ciudad. Y en se ubica el parking más próximo a dicha plaza, el de la Catedral. Dicho barrio, de escaso tamaño y poco habitado, se articula en torno a una calle principal del mismo nombre

reformada íntegramente en la anterior legislatura (PSdeG-BNG) y tiene en su parque homónimo el gran espacio de encuentro y comunicación entre los vecinos.

A comienzos de 2014, el Gobierno municipal (PP) anunció la construcción de una rotonda en parte del parque para favorecer el tráfico en las calles aledañas y el acceso al parking subterráneo situado por debajo del parque. El proyecto de reforma incluía además, convertir la Rúa Domingo García-Sabell en una calle de doble sentido, y la peatonalización de dos calles que conectan el barrio con el casco histórico, Carretas e Hortas, único punto del proyecto en el que había consenso entre las partes enfrentadas en el conflicto. A raíz de este anuncio estalló un conflicto social entre una plataforma vecinal que denunciaba la privatización de parte del parque, apoyada por los partidos de la oposición municipal (PSdeG y BNG), y el Consistorio, bajo el control del PP, apoyado, como veremos, por la empresa mediática local más importante, el Grupo Correo. Durante el transcurso de dicho conflicto se produjo el derrumbe del Gobierno, por culpa de numerosos casos de corrupción, y la formación de otro, también del PP, con un nuevo alcalde. Dicho Gobierno, paralizó las obras, sin embargo ha manifestado su intención de cumplir el convenio que firmó el anterior ejecutivo en 2013 con Tugalo, la empresa que gestiona el parking subterráneo. De tal forma que el conflicto se encuentra en la actualidad congelado, a la espera de que, o bien el *Concello* denuncie el convenio, como pretenden la plataforma vecinal y la oposición municipal por incumplir el plan general de ordenación municipal (PXOM, en sus siglas en gallego); o bien, presente un nuevo proyecto para cumplir con dicho convenio.

En la presente investigación se pretende analizar las dinámicas de comunicación y poder que se establecen entre los actores urbanos en torno al espacio público. Por ello se ha realizado tomando como base, las 20 piezas informativas, relacionadas con el caso, publicadas por uno de esos actores, el periódico El Correo Gallego, principal medio netamente santiagués. Para el análisis de dichas piezas, de cara a evaluar los discursos desde el poder, o para la obtención del mismo, que realizan los diferentes actores, así como las acciones y estrategias que están enraizadas explícita o implícitamente en los mismos, se empleó el estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso de Van Dijk (1993: cap. 5). Teniendo en cuenta que la aplicación de dicho estudio permite sumergirse en la dimensión lingüística y retórica que forma parte de todo discurso articulado en función a relaciones de poder.

3. Análisis

3.1 Actores

3.1.1 Gobierno Municipal (PP)

La corporación municipal de Santiago de Compostela está compuesta, en la legislatura 2011-2015, por 13 *concelleiros* del Partido Popular, 9 del Partido Socialista y 3 del Bloque Nacionalista Galego. Durante estos 4 años, el *Concello* ha tenido tres alcaldes, primero Gerardo Conde Roa, que tuvo que dimitir tras haber defraudado a Hacienda por la gestión del IVA, después Ángel Currás, que abandonó el cargo acuciado por dos casos de corrupción distintos en los que estaba imputado, y en último lugar Agustín Hernández, que era el número 25 en las listas con las que el PP logró la mayoría absoluta en las elecciones. El conflicto que se analiza en la presente investigación, surgió en los últimos meses del gobierno de Currás y se congeló al formarse el de Hernández.

El conflicto social con parte de los vecinos de Galeras, que acabó llegando al propio pleno municipal, y terminó judicializándose, fue un problema serio para el gobierno de Currás. Mientras que la decisión de aparcar el proyecto por parte del nuevo alcalde y la nueva responsable de Urbanismo, la primera teniente de alcalde, Teresa González, respondió a la intención de dar por finalizada la etapa de Currás. Así, Hernández ha sostenido que la reforma se llevará a cabo, porque el convenio entre *Concello* y Tugala “es válido y está firmado”, sin embargo será a través de otro proyecto, y el proceso se lleva de “distinta manera”, “hablando con los vecinos”, para no “repetir los hechos del pasado” (El Correo Gallego, 14/08/2014). De esta forma, el Gobierno de Hernández marcó distancias con el de su predecesor, tendió la mano al movimiento vecinal, pero evitó criticar abiertamente el papel jugado por el *Concello*, acusando a la oposición de haber intentado “desgastar políticamente a un gobierno” (El Correo Gallego, 14/08/2014).

3.1.2 Oposición Municipal (PSdeG y BNG)

Los dos grupos municipales que conforman la oposición, PSdeG y BNG, dieron su apoyo explícito a las demandas y denuncias de la plataforma vecinal, haciendo suyo el discurso de la misma. Dicha táctica debe entenderse dentro de una estrategia política global. Así, representantes de ambos partidos acudieron a actos de protestas organizados por la plataforma vecinal (El Correo Gallego, 08/02/2014) y rechazaron el proyecto

tanto por la ilegalidad del convenio como por el procedimiento de información llevado a cabo por el Gobierno. Llevaron sus reclamaciones tanto al Parlamento de Galicia, intentando implicar a la Xunta (El Correo Gallego, 17/04/2014), como al pleno municipal (El Correo Gallego, 25/10/2014). Ante la paralización del proyecto emprendida por el nuevo Gobierno, la oposición ha venido reclamando que este denuncie el convenio con Tugalo, puesto que el mismo recoge la construcción del nuevo acceso, lo cual “no está recogido en el PXOM”, según el portavoz del grupo municipal socialista, Francisco Reyes.

3.1.3 Plataforma vecinal de Galeras

La plataforma vecinal, constituida tras el anuncio de las obras de reforma, estuvo integrada por vecinos del barrio y asociaciones del mismo, como Aqualume. Su estrategia comunicativa se articuló en torno a la ilegalidad del proyecto y a la privatización del espacio público, que según ellos, este suponía. Así, dicha estrategia se sostuvo sobre las siguientes tácticas: denunciaron el proyecto por incumplir el PXOM, pusieron en marcha numerosas manifestaciones y actos de protesta, y se reunieron en el arranque del conflicto con Currás y Pardo, y después con el sucesor del primero, Hernández, abriendo una puerta al diálogo. De esta forma, la plataforma logró trasladar el conflicto social que puso en marcha, al sistema político, generando mayor presión sobre el Gobierno.

3.1.4 Empresa Tugalo SLU

La empresa Tugalo, concesionaria del parking y encargada de financiar las obras, es el actor menos relevante para el presente análisis, básicamente porque no cuenta con un discurso a lo largo de las piezas analizadas. No hay en las mismas ninguna declaración de algunos de sus responsables. Sus intereses, por lo tanto, están representados en la defensa del proyecto que hace el Gobierno municipal. Su estrategia consistió en no involucrarse en el conflicto, dejando al *Concello* la gestión del mismo.

3.1.5 El Correo Gallego

A lo largo del desarrollo del conflicto, El Correo Gallego desarrolló un discurso abiertamente a favor del proyecto de reforma. Así, tres de las veinte piezas periodísticas publicadas por el medio, disfrazaron, bajo el paraguas de la noticia, artículos de opinión. Los titulares de las mismas hablan por sí solos: “Algunas verdades sobre la rotonda de

Galeras” (14/02/2014), “La obra de la nueva rotonda de Galeras suma más apoyos” precedida del antetítulo “una solución muy positiva” (15/02/2014), y “Beneficios para la circulación rodada en la zona y en los barrios próximos” (16/03/2014). En ninguna de estas piezas se recoge ni una sola crítica al proyecto y se dan los argumentos a favor como verdades irrefutables, con expresiones como “nadie discute que”. Las tres fueron publicadas en la primera y más intensa fase del conflicto y bajo el Gobierno de Ángel Currás.

En cuanto a cómo este medio se hizo eco del discurso de los otros actores (a través de lo cual generó, a su vez, su propio discurso), nos encontramos con que los argumentos del *Concello* estuvieron presentes en diecisiete de las veinte piezas analizadas. Las tres únicas excepciones fueron una noticia en la que el conflicto se tocaba de refilón y sólo se mentaba una manifestación de la plataforma vecinal (27/02/2014), otra con argumentos del BNG (17/04/2014) y una tercera con argumentos del PSdeG (25/10/2014). El discurso de los partidos de la oposición ha tenido presencia en el periódico en otras cuatro ocasiones. En la noticia que informa de la paralización de la obra (14/08/2014) y en la siguiente información al respecto (20/08/2014), dónde se recoge la opinión de ambos, y en dos noticias posteriores en las que sólo aparecen los argumentos del PSdeG. En cuanto a la plataforma vecinal, actor que lideró la estrategia de oposición al proyecto, sólo pudo desarrollar su discurso en El Correo Gallego en cuatro de las veinte piezas publicadas. Siendo la del 08/02/2014, que informaba del arranque de sus protestas, y la del 18/02/2014 que se hacía eco de que su denuncia había sido admitida a trámite por la fiscalía, las más relevantes a este respecto. Podemos, por lo tanto, observar que a lo largo del conflicto, El Correo Gallego infrarrepresentó a la plataforma vecinal y en cambio siempre se hizo eco de los argumentos del Gobierno municipal.

3.2 Conflicto

El conflicto en torno a la construcción de esta rotonda podríamos establecer que pivotó sobre cuatro debates clave: circulación, legalidad, privatización y beneficios y costes económicos. En él se enfrentaron dos bloques claramente diferenciados. Por un lado, el Gobierno Municipal, impulsor del proyecto, y la empresa Tugalo, que se comprometía a financiarlo y que se beneficiaba directamente del mismo. Por otro lado, la plataforma vecinal y los grupos municipales que estaban en la oposición, el del PSdeG y el del BNG. Así, podemos sostener que no nos encontramos ante dos

conflictos, uno social y otro político, sino ante un único conflicto que se extiende por el sistema social y el político, que junto al cultural configuran la vida urbana (Remy y Voyé, 2006). Por ello, en vez de abordar el conflicto desde cada uno de estos sistemas, hemos optado por hacerlo a partir de los cuatro temas sobre los que giran todas las macro-proposiciones detectadas al analizar los discursos de los actores implicados.

3.2.1 Circulación

Las ciudades se han ido convirtiendo, con el paso del tiempo, en meros recipientes donde confluyen los flujos de personas que se desplazan de un lugar a otro en el movimiento constante de la vida moderna. Así, frente a los espacios públicos que fomentan la comunicación y el encuentro entre los habitantes de la ciudad, se han priorizado las autopistas, las circunvalaciones y las rotondas, en pos de una ciudad sin atascos, donde los desplazamientos físicos sean lo más veloces posibles. De ahí que la mejora de la circulación en el barrio, fuera la principal baza esgrimida por el Gobierno municipal para justificar su proyecto de intervención y vender sus ventajas a los ciudadanos. Así, y como ya hemos observado al hablar de los actores implicados, tanto el *Concello* como El Correo Gallego pusieron especial énfasis en destacar que había problemas de movilidad en el barrio y que el proyecto era la solución a los mismos, como se puede observar en piezas como las del 15/02/2014 o del 26/02/2014. Sin embargo, dicho argumento pasó a un segundo plano durante la evolución del conflicto, cediendo protagonismo al debate sobre la legalidad, que pasó a ser el centro del mismo bajo el Gobierno de Hernández.

3.2.2 Beneficios y costes económicos

Directamente ligada a la cuestión de la circulación viaria, el Gobierno municipal argumentó que la mejora de la circulación, la peatonalización y el nuevo acceso al parking, beneficiarían, en última instancia, a los empresarios y comerciantes del barrio de Galeras, puesto que aumentaría y mejoraría el tránsito por el mismo, tanto en automóvil como a pie. Y además, esgrimió como uno de los principales argumentos a favor de las obras, que estas tendrían coste cero para el *Concello*, puesto que la empresa Tugalo, se había comprometido a través de un convenio de 2013, a financiarlas en su totalidad. Lo cual, en una época de recortes presupuestarios severos, permitiría realizar una obra que presentar en el siguiente proceso electoral, sin haber afectado a la hacienda municipal. Estamos por lo tanto ante una macro-proposición clave en el discurso del

Gobierno, en su estrategia comunicativa. Por un lado, las obras generarán beneficios a los ciudadanos y a los empresarios, en una época de crisis económica y altas tasas de paro; y por otro lado no supondrá ningún gasto para el *Concello*.

La importancia de esta macro-proposición es tal que en una pieza publicada por El Correo Gallego el 14/02/2014, y que se sitúa rotundamente a favor del proyecto, se sostiene que “aunque el parking sea de titularidad privada, nadie discute que todos los comercios, tiendas, instituciones, turistas, se benefician de su presencia”. En el último punto de dicha pieza, apuntala la macro-proposición afirmando que “por último, y no menos despreciable, el coste y los gastos que ocasionen estas obras correrán por cuenta de Tugalo SLU”. Obviamente, no se contemplan ni los costes económicos de tener el barrio en obras, ni los costes sociales y comunicativos de eliminar parte del parque. En ninguna de las piezas publicadas por El Correo Gallego, aparecen las opiniones de los actores que están en contra del proyecto, en lo que respecta al impacto económico del mismo. Solidificando esta macro-proposición como un hecho que “nadie discute”.

3.2.3 Legalidad

Sobre el cumplimiento e incumplimiento de la ley, ha girado gran parte del conflicto en presente caso. Tanto Gobierno, como Oposición y plataforma, usaron asiduamente el argumento de la ilegalidad de llevar o no a cabo el proyecto pactado por convenio entre el *Concello* y la empresa concesionaria del parking. Por un lado, el Gobierno (y El Correo Gallego, que hizo suyas las tesis del mismo) esgrimió, no sólo que el convenio era completamente legal (El Correo Gallego, 18/02/2014), sino que incumplirlo sí que era ilegal e iba contra el PXOM (El Correo Gallego, 16/03/2014). De hecho, aún en la actualidad, y como hemos señalado anteriormente, el ejecutivo de Hernández pretende cumplir dicho convenio, aunque sea por medio de otro proyecto que no incumpla el mismo. Mientras que la plataforma vecinal y los grupos de la oposición municipal, han denunciado que el mismo incumple la norma más importante en el ámbito de la ordenación urbanística local, el PXOM. De tal forma que los primeros lo llevaron a los tribunales, siendo su denuncia admitida a trámite por la fiscalía (El Correo Gallego, 18/02/2014) y los segundos han pedido al *Concello* que lo denuncie por dicho motivo (El Correo Gallego, 21/10/2014).

3.2.4 Privatización

Sobre el concepto de privatización giraron todas las estrategias de la Plataforma Vecinal. Sus discursos y acciones destacaron el hecho de que el proyecto que pretendía implementar el *Concello*, privatizaba parte de un espacio público, el parque, a favor de un negocio privado, el parking. Sin embargo, la parte del proyecto que originó el conflicto, además de un nuevo acceso para el parking, tenía como elemento fundamental una rotonda que reordenaría el tráfico en la zona, transformar una calle unidireccional en una de doble carril. Por lo tanto, más que ante una privatización, estamos ante una modificación y uso del espacio público, de todos, en favor de negocios privados. Así, se beneficiarían directamente la empresa que gestiona el parking, llegando a afirmar la concejala de Urbanismo ante los vecinos que “como estáis diciendo, también beneficia a un particular” (El Correo Gallego, 08/02/2014). E indirectamente, otros negocios (sobre todo del sector servicios).

Podemos, por lo tanto, observar que el uso del concepto privatización, tan en boga en la actualidad, responde a una táctica de la Plataforma para dotar de impacto a su discurso. Ello se debe a que en este inicio de S.XXI los discursos políticos han pasado de ser totalizantes, de abordar la realidad como un todo, a ser “fragmentados, monotemáticos, pluralistas, generales e imprecisos y confeccionados ad hoc, con independencia sustantiva de otros temas y, en bastantes ocasiones, ubicados en el campo de la filosofía negativa” (Oñate, 2013: 42). En su primer acto de protesta, los vecinos armaron su discurso en torno a las denuncias de privatización con frases como “estamos regalando terreno de todos los ciudadanos”, “dimisión por corrupción” o pancartas contra “la privatización del parque de Galeras” (El Correo Gallego, 08/02/2014). Frente a este argumento, la *concelleira* de Urbanismo, María Pardo, se esforzó en desmentir la “privatización de suelo público” (El Correo Gallego, 08/02/2014), contrarrestando dicho argumento señalando el beneficio general que producirían las obras en todo el barrio.

Conclusiones

A la luz del análisis de los diversos discursos desarrollados por los actores implicados en el conflicto, podemos concluir que los conflictos sociales y políticos, son eminentemente comunicativos. En el caso de estudio, el conflicto estalló en primer lugar por no existir una relación comunicativa entre los poderes públicos y los ciudadanos, lo

cual evidencia el déficit comunicativo que tiene nuestra democracia representativa. Ante dicho déficit, que afecta principalmente a la gestión de lo común, como un espacio público, el conflicto aparece no como un problema comunicativo, sino como una oportunidad. Sólo gracias a dicho conflicto pudo establecerse una relación comunicativa, compleja y llena de altibajos, eso sí, entre los actores del sistema político y los actores del sistema social. El conflicto no se ha cerrado, simplemente se encuentra en estado de hibernación, puesto que el *Concello* pretende acometer las reformas comprometidas en el convenio firmado con Tugalo. Sin embargo, también se ha comprometido a que cuando se reanuden las mismas, serán por medio de un proyecto construido a partir del diálogo con los vecinos del barrio. Se ha abierto, por lo tanto, un canal de comunicación entre ciudadanos y poderes públicos, y la incorporación de los primeros a la construcción de la ciudad.

Bibliografía

- Indovina, F. (1980). Base material y esquema interpretativo para la modificación de la ordenación del territorio. En P. Ceccarelli (Ed.) *Poder y planificación* (pp. 103-124). Barcelona: Oikos-Tau.
- Oñate, P. (2013). La movilización ciudadana en España en los albores del S.XXI: una contextualización para el debate. *Revista Española de Ciencia Política*, 33, 31-55. Recuperado de <http://www.recp.es/index.php/recp>.
- Remy, J. y Voyé, L. (2006). *La ciudad ¿hacia una nueva definición?*. Vitoria-Gasteiz: Ediciones Bassarai.
- Van Dijk, T. (1993). El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso. En K.B. Jensen y N.W. Jankowski (Eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas* (pp. 135-148). Barcelona: Bosch.
- Villasante, T. R. (1984). *Comunidades locales: análisis, movimientos sociales y alternativas*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local

Agradecimientos

La presente investigación se desarrolló gracias al apoyo del proyecto de investigación Ciudadanía y Educomunicación (CIDECE), coordinado por el Dr. Marcelo Martínez (USC) y financiado por la Xunta de Galicia y los fondos FEDER de la Unión Europea.

Biografía

Luis Antonio Ogando Des se licenció en Periodismo en la Universidade de Santiago de Compostela (USC), cursó el Máster Oficial Comunicación e Industrias Creativas y en la actualidad es investigador en fase pre-doctoral en la misma universidad. Su tesis estudiará las dinámicas de poder y de comunicación que se producen en la ciudad a través de dos ficciones televisivas. Ha trabajado como experto en territorios creativos en el proyecto Imagina Atlantic. En la actualidad trabaja en el proyecto de investigación Ciudadanía y Educomunicación (CIDECE). Su trabajo

académico se sitúa en el ámbito de la comunicación, la ciudad y el espacio público.
Correo electrónico: luisan.ogades@gmail.com.

La producción audiovisual de las intervenciones urbanas como estrategia de marketing social. Caso movilizaciones #TodosSomosAyotzinapa

The audiovisual production of urban interventions such as social marketing strategy. Case study mobilizations #TodosSomosAyotzinapa

Israel Alvarado Zariñana, Universidad Autónoma del Estado de México
María de las Mercedes Portilla Luja, Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

En los recientes discursos orientados a la movilización social, como los que se han desarrollado a propósito de los acontecimientos acaecidos en México a raíz de las desapariciones y asesinatos de los estudiantes de Ayotzinapa en septiembre de 2014, se ha consolidado la difusión de audiovisuales en diferentes redes sociales como evidencia de la intervención en el espacio urbano como una forma recurrente de contribuir desde el ámbito de la comunicación a la construcción simbólica de la causa para la cual se reclama la acción colectiva.

Con apoyo de herramientas artísticas y del discurso gráfico y audiovisual en general, diferentes colectivos irrumpen en la cotidianeidad de la escena urbana con la intención de movilizar, primero, la conciencia de un público involucrado como transeúnte y que se convierte improvisadamente en espectador de estas manifestaciones, y después, con el registro digital y su difusión a través de redes sociales, a un público mucho más amplio y heterogéneo gracias a un producto audiovisual que responde a las necesidades de un discurso social, los códigos de la cultura de masas y su diálogo con técnicas y estrategias del marketing y la comunicación.

El objetivo de este trabajo es realizar una reflexión sobre las posibilidades de una producción audiovisual de intervenciones urbanas difundidas en redes sociales como estrategia de marketing social; para ello se realiza un análisis inicialmente comparativo de audiovisuales del movimiento enunciado; los criterios de análisis para esta lectura se centran en una revisión descriptiva y comparativa de los recursos gráficos y auditivos utilizados en los productos audiovisuales elegidos como elementos discursivos estratégicos con fines de marketing social, considerando a su vez la relevancia a nivel global a partir de su difusión en redes sociales.

Palabras clave

Colectivos; marketing; activismo; ciberactivismo; audiovisuales.

Abstract

In recent discourses aimed at social mobilization, like the ones developed after the series of events taking place in Mexico –particularly the ones involving the disappearing and murder of students from Ayotzinapa, Guerrero in September, 2014– a wide diffusion of audio-visual materials has consolidated among the different social networks as the most effective evidence of an intervention of the urban space in a recurring way of contribution, from the communication sphere to the symbolic construction of the cause for which collective action is claimed.

With the support of artistic tools, as well as the graphic and audio-visual discourse in general, several collectivities have burst in the daily nature of the urban scene with the intention of first mobilizing the conscience of a public which originates with the pedestrian, who unexpectedly becomes the spectator for such demonstrations

and, then, with the digital register and its diffusion, through the social networks, to a much wider and heterogeneous audience, thanks to an audio-visual product which addresses the needs of the social discourse, the media culture codes and its relation with the marketing and communication techniques and strategies.

The main objective of the present work is to reflect upon the possibilities of an audio-visual materials production focused on the urban interventions spread upon the social networks as a social marketing strategy. To do so, an initially comparative analysis of the audio-visual materials from the aforementioned movement is carried out. Analysis criteria used in this first reading are focused on the descriptive and comparative inspection of the graphic and audio resources used in the audio-visual products as strategic discourse elements aimed at social marketing, as well as the relevance of its diffusion in the social networks at a global scale.

Keywords

Collective; marketing; activism; cyberactivism; audiovisual.

Introducción

Este trabajo tiene origen en el estudio de las intervenciones urbanas y su discurso audiovisual expresado por estudiantes, grupos artísticos y distintos colectivos en torno al movimiento #TodosSomosAyotzinapa en diferentes partes del mundo ante la diversidad de prácticas comunicativas de los colectivos independientes a través de redes sociales y sus posibilidades estratégicas desde el marketing social¹. Se realiza una primera lectura de dos casos asociados con el movimiento a partir de un análisis comparativo de la producción de audiovisuales de intervenciones urbanas y su difusión en redes sociales y/o diferentes plataformas digitales, revisando los elementos discursivos que propician una extensión de la causa social, rebasando fronteras y estimulando movimientos en un entorno global.

Los colectivos² se conforman con diversos fines, algunos en torno a convergencias ideológicas o de expresión artística, entre otras. En el caso de estudio de este trabajo, se observa cómo diferentes colectivos interactúan para motivar a los receptores por medio de producciones audiovisuales que le son compartidas a través de las redes sociales, para que formen parte de la acción social promovida. El objetivo del análisis es reflexionar sobre la respuesta generada y cuáles son los detonantes que

¹ El término marketing social puede encontrarse como social marketing o mercadotecnia social. Para fines de este trabajo se retomará como marketing social considerando a éste como el diseño, implementación, y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales e implicando consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de marketing (Kotler, 1971).

² Colectivos: Se estudian como estructuras de movilización, es decir “[...] los canales colectivos –tanto formales como informales– a través de los cuales la gente puede movilizarse e implicarse a la acción colectiva” (McAdamy, 1999: 24).

pueden ser retomados y planteados como estrategias que puedan aplicarse a otros movimientos o fenómenos de este tipo en redes sociales en la búsqueda de un bien común. Se analiza cómo potenciar el movimiento social no sólo a través de una sola forma de participación sino a través por ejemplo del artivismo³ o el ciberactivismo⁴ que propicien la participación y transformación social a largo plazo.

Al ser una reflexión inicial, se analizan dos productos audiovisuales con referencia al movimiento #TodosSomosAyotzinapa en diferentes países para revisar la interacción que generó a nivel global. Se abordan los elementos discursivos en los mensajes como herramientas del marketing social y la comunicación en su inserción en las redes sociales. El objetivo es analizar la gestión de alianzas voluntarias para sensibilizar a un receptor sobre algún suceso ocurrido en un punto del mundo dándole una relevancia ante un contexto global. Nos interesa cómo se produce una colaboración a distancia que podría indicar, en principio, que determinados contenidos discursivos están propiciando el desarrollo de una conciencia en los receptores a través de diferentes plataformas, con criterios plurales que aporten elementos de reflexión ante la evidencia de los hechos y refuercen la permanencia del argumento con valor social para que los usuarios estén dispuestos de forma voluntaria a cambiar actitudes y/o estilos de vida, contribuyendo así, a la construcción de su identidad con la sociedad.

1. Marco teórico y conceptual

1.1 Colectivos y Marketing Social

Los colectivos se enfrentan al reto de comunicación en su entorno demandante y de un público cambiante y diverso para conseguir sus objetivos de acción social. En ese sentido, el uso de estrategias de marketing social alrededor de la comunicación está relacionado con la evolución de las redes digitales como herramientas fundamentales para difundir ideas, captar voluntarios o fidelizar a los ya existentes.

Los colectivos han de centrarse en las interacciones directas para identificar necesidades, y extraer el sentimiento colectivo ante los sucesos sociales, para tomar

³ Arte activista que contempla parámetros como el posicionamiento crítico, la voluntad de interacción con el ámbito social, la vinculación con la especificidad del lugar y el compromiso con la realidad [promoviendo] actividades prácticas que dotarán de un punto de vista alternativo a los sistemas productivos y vehiculadores existentes (Parramón, 2002: 70).

⁴ Ciberactivismo: “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del 'boca a boca' multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal” (Ugarte, 2007).

medidas y acercar información en escenarios artísticos y productos digitales. Comenta Javier Erro: “Son organizaciones pensadas desde y para una cultura audiovisual y mediática, pero que también hacen de la comunicación su estructura para la participación y la organización social (Erro, 2007: 3).

El marketing de medios sociales propone al público la constante participación. El contenido en términos de imagen y presencia “on line” no es suficiente; los colectivos deben marcar una ruta, estar preparados para cambios y controlar los mensajes negativos ante el sabotaje externo, y al momento de encontrarse con sus voluntarios y seguidores en un terreno físico, materializar los ideales.

De acuerdo al concepto de Alan Andreasen (1995), la mercadotecnia social es la aplicación de las tecnologías de la mercadotecnia comercial para el análisis, planeación, ejecución y evaluación de los programas diseñados para influenciar el comportamiento voluntario de la audiencia meta tratando de mejorar su bienestar personal y el de su comunidad. Por otra parte, Pérez (2004) indica que el marketing social es el diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, comunicación, distribución e investigación.

Acotando, el marketing social implica estrategias que determinan la toma de decisiones con base en una investigación y análisis previo sobre determinada problemática. En este trabajo nos centramos específicamente en aquellas estrategias asociadas con la comunicación para establecer los discursos gráficos y/o audiovisuales así como las acciones a seguir a través de una campaña con el fin de motivar y persuadir a una audiencia para que se identifique con la causa social y participe con acciones concretas en respuesta a su difusión en redes sociales y/o en diferentes plataformas digitales. En concreto, nos centramos en cómo se crea un vínculo con los valores del colectivo que pueda desencadenar una presencia en el espacio urbano como vía para que un colectivo oriente a seguidores y voluntarios para que asuman el rol de discutir a nivel grupal, generen estrategias de presión a instituciones y ello derive en beneficios a corto plazo mejorando el entorno.

1.1.2 Los nuevos movimientos sociales, la construcción de discursos y los new media

Nos encontramos ante conflictos derivados de problemáticas que tienen un origen multifactorial. Éstas son de diversos tipos: de seguridad, de impunidad, de salud, económicas o políticas, entre otras; sin embargo, cada vez es más frecuente observar un

sin fin de estrategias utilizadas por la sociedad civil que propician Nuevos Movimientos Sociales (NMS), los cuales tienen la característica de ser pacifistas y no pretenden llegar al poder sino conseguir el cambio de lo que los mueve. Independientemente de los objetivos de cada movimiento social, estos se han caracterizado por su lucha a favor de la defensa de determinados valores y en contra de situaciones insostenibles. Su principal forma de acción es la protesta a través de las movilizaciones sociales, manteniéndose presentes en el ámbito de la opinión pública en la búsqueda del apoyo y consenso con la causa que los agrupa, orientados por una norma o por un valor. Hemos podido observar así a lo largo de estos años, movimientos relacionados con el pacifismo, el feminismo, la ecología, entre otros, que con sus acciones han buscado romper como individuos organizados con los lazos de una sociedad pre-establecida buscando crear una sociedad alternativa.

El discurso actual social se ve influido por los discursos promovidos en los diferentes medios de comunicación. Sin embargo, cabe hacer énfasis en que en los últimos años ha cobrado mayor relevancia el manejo de estos discursos a través de diversas plataformas digitales como las redes sociales, lo que ha propiciado movilizaciones o la suma de esfuerzos a partir de diferentes acciones por una causa social a nivel global.

Los *new media*⁵ han venido a modificar las relaciones humanas y sociales del modelo antiguo de comunicación, “uno a muchos” que está llegando a su fin y está siendo remplazado por el modelo “muchos a muchos” (Cabero et al., 2004), ya que con las nuevas tecnologías es posible que más individuos participen en la elaboración de los contenidos de los medios. La necesidad que tenemos los individuos de sentirnos partícipes dentro de los procesos comunicativos se satisface con el uso de los *new media* y a través de estos nuevos medios es como nos involucramos directamente con el contenido de los productos comunicativos, que se presentan en esta plataforma. Es así como surge el interés por la participación de las denominadas “redes sociales”.

Según Manuel Castells, Internet es ya, y será, el medio de comunicación más usado para integrar e interactuar socialmente, pues vivimos en lo que él llamó “la sociedad de la red” (Castells, 2012). A través de ella se logra una comunicación en la que no importan los límites territoriales ni espaciales, lo que propicia que sus usuarios sean capaces de usar nuevos conceptos comunicativos como: hipertexto, hipermedia e

⁵ Se les nombra así a los medios de comunicación en plataformas digitales, “[...] canales surgidos de las nuevas tecnologías de la comunicación” (Larrégoa, 1998: 209).

interacción en tiempo real, por lo que el colectivo debe refrescar con constancia sus contenidos.

A través de los medios de comunicación se construyen y difunden diversos discursos, algunos publicitarios, otros sociales. Es necesario precisar que en este caso se revisa la construcción de estos discursos y cómo pueden ser considerados como una estrategia de marketing social. Retomando a Néstor Sexe y sus ideas sobre el poder discursivo de los mensajes,

lo social es siempre una situación cultural: en esa situación, no se puede pensar en emisores y receptores neutros o puros sino en instancias de emisión y de recepción que son condiciones de reproducción y reconocimiento. Lo que circula entre ambas condiciones no son mensajes que “cargan” con una información sino discursos, es decir textos situados (Sexe, 2001: 18).

Sexe menciona que la comunicación puede pensarse desde este enfoque en términos de producción de sentido y al estar en el campo de lo social, nos encontramos frente a cierta producción de sentido, que es social. Las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción y reconocimiento también se presentan reglados en una gramática de la producción y una gramática del reconocimiento, de aquí que para este análisis de caso se revisen los recursos gráficos y audiovisuales como elementos estratégicos para promover una causa social teniendo también como antecedente los estudios previos de Eloísa Nos Aldás (2007) y de Mercedes Portilla (2006 y 2008).

1.2 El Artivismo y Ciberactivismo

El artivismo aglutina a artistas, colectivos, obras, proyectos y corrientes de pensamiento que tratan de interpretar las prácticas artísticas y la producción de conocimiento en el marco de una relación social, política y de los contextos en que se desarrollan con el fin de convertirse en la plataforma de una práctica cultural que devuelva a la estética su capacidad política y pueda convertir las prácticas artísticas en instrumentos de transformación social (García, 2009). Estas son captadas en dispositivos móviles y son colocadas en plataformas digitales para potencializar su visualización y magnificar la fuerza de su mensaje. Prácticas artísticas que tienen en común el espacio público, que representan simbólicamente el contexto de la urbe –plazas, explanadas, monumentos y oficinas de Estado– como escenario, lo que provoca una relación con el usuario final en las plataformas digitales.

Los manifestantes, agrupados en colectivos, seleccionan espacios, horarios, fechas, actores; determinan un momento –como puedan ser los instantes de mayor

congregación de transeúntes voluntarios e involuntarios— para generar un modelo de mercadotecnia basado en la planeación de la preproducción, producción y la postproducción del evento, los alcances y las metas a lograr.

Se retoman entonces las bases de Vicent Martínez Guzmán (2003) respecto a que “La sensibilización como persuasión es sensiblemente racional y racionalmente sentimental”. El activismo hace una proyección de la concepción de la reacción ciudadana en torno a la política, generando procesos y estructuras independientes, con objetivos comunes de sensibilización a los transeúntes y los cibernautas. En este mismo desarrollo, se han ido introduciendo, con avances técnicos, el impacto y el espectáculo como estrategias discursivas persuasivas, sobre todo en los medios audiovisuales (Nos Aldás, 2007); se interviene en la cotidianidad urbana con el despliegue artístico y la sorpresa en una manifestación concreta, para luego informar de la intervención en plataformas digitales adaptándola a diferentes escalas y lenguajes.

El ciberactivismo se ha convertido en sinónimo de “acciones coordinadas de colectivos movilizados a través de la comunicación en red interactiva distribuida” (Malini, 2013). Éste abarca una serie de tácticas que se complementan con las plataformas digitales, ya sea por la implicación que requiere por parte de los colectivos, como por las acciones y estrategias que se necesitan para organizar una manifestación. Dentro de estas estrategias del registro audiovisual están presentes las artes, además del equipamiento audiovisual y la supervisión técnica durante su proceso (registro, edición y post-producción de imagen). Encontramos “desde archivos descargables para hacer plantillas, volantes y camisetas, a software libre para hacer y federar blogs, pasando por manuales de resistencia civil no violenta con mil y un pequeños gestos cotidianos que propagar” (De Ugarte, 2007: 28).

1.3 El audiovisual como herramienta estratégica para las movilizaciones sociales

Todos los días se registran audiovisualmente sucesos colectivos e individuales, evidencias a diario a través de las redes sociales. El fácil acceso a tecnologías audiovisuales y digitales ha dotado de nuevas herramientas a actores sociales que potencializan la producción y expresión del conocimiento. Desde las producciones artísticas, hasta los registros domésticos de la realidad cotidiana, estas evidencias conforman un registro histórico de la memoria social. Debido a la riqueza expresiva y simbólica, los audiovisuales han adquirido fuerza como fuentes y herramientas de registro, análisis y evidencia documental de los procesos históricos, al profundizar en el

análisis, discusión, validación y documentación sobre la realidad social y cultural en diferentes lenguajes.

La implicación social del audiovisual es indiscutible hasta el punto de estar ambos, audiovisual y sociedad, en constante interacción. El uno modifica a la otra y viceversa, estimulando a los receptores, sumándose a la protesta, moviendo físicamente al espectador de la pantalla a las calles y, como apunta Whitaker (1999), hoy hemos pasado del estado de la vigilancia a la sociedad de la vigilancia.

Adicionalmente, como han señalado Pierre Lévy (1999 y 2007), Escobar (2005) y Barbero (2005), este cambio tecnosocial está ligado a las transformaciones de la sensibilidad, la ritualidad, las relaciones sociales, las narrativas culturales y las instituciones políticas, que están produciendo una novedosa relación entre movimientos y colectivos sociales y tecnologías de la información y la comunicación, entre unos saberes locales y una acción política que no pasa –exclusivamente– por las instituciones tradicionales, ni por sus estrategias, programas y políticas de acción, sino por una comunicación en red, por dispositivos digitales y móviles, y, en general, por los espacios de interacción en internet. Como señala Pérez, estas son actualmente las características de la comunicación de masas, o, cada vez más, multimedia (Pérez, 2000).

2. Caso de Estudio

2.1 Antecedentes y contextualización

Entre las múltiples protestas que han tenido lugar en México con motivo de la desaparición de los 43 estudiantes de la escuela rural de Ayotzinapa el 26 de septiembre de 2014 en Iguala, Guerrero, se han elegido distintos registros audiovisuales de diferentes movilizaciones para un análisis de su amplia repercusión mediática en todo el mundo. Nos hemos centrado en la utilización de múltiples acciones artísticas e intervenciones del espacio público como estrategia premeditada con líneas de acción reforzadas y galería gráfica de información.

Esto ha atraído y movilizó a artistas, creativos y creadores visuales en México y en todo el mundo, dado el contexto actual de violencia, crimen e impunidad que vive la sociedad mexicana. Sus discursos vislumbran distintas problemáticas a lo largo de la historia y sus posibles soluciones y propuestas de cambio por medio de obras que van desde la pintura, la escultura, la fotografía, la narrativa gráfica y audiovisual; han intervenido explanadas, plazas públicas, monumentos con performances, *flashmobs* y activaciones para despertar el interés público, para generar una revolución a través del

arte y crear una cultura hacia el cambio, concientizando a cientos de personas, no sólo en el espacio físico sino también en el digital.

2.2 Metodología y criterios de análisis

La metodología para el análisis consideró los siguientes aspectos: selección de registros y descripción de audiovisuales; análisis de recursos gráficos y audiovisuales; determinación de elementos discursivos estratégicos afectivos y racionales utilizados y la relevancia global (reproducciones, “Me gusta”, comentarios o indicadores de acciones voluntarias).

Se revisaron las estrategias discursivas de las dos producciones partiendo de los planteamientos desarrollados con anterioridad en el trabajo. Específicamente, para su análisis se revisaron los elementos que forman parte de la construcción de los discursos⁶ de la producción tomando en cuenta los siguientes criterios: a. Lenguaje gráfico; b. Lenguaje verbal; c. Estrategias para la persuasión y d. Audio y efectos de sonido.

2.2.1 Selección de registros y descripción de los audiovisuales

Los videos muestran las movilizaciones en dos momentos y países distintos, México y España, y tienen en común tres elementos: Intervención del espacio urbano, elementos artísticos y consignas de justicia por Ayotzinapa.

Audiovisual 1. Performance Ayotzinapa. Estudiantes y maestros de la ENAT

Publicado: 17 de octubre 2014, México.

Enlace: <https://m.youtube.com/watch?v=fXi2OS42dMU>

Fig. 1. Performance Ayotzinapa



Audiovisual 2. #AyotzinapaSomosTodos

Publicado: 25 de octubre 2014, España.

Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=iog_nrdKb2E

⁶ Estos elementos se retomaron y ajustaron de la propuesta de Mercedes Portilla Luja para la construcción de discursos gráficos (Portilla, 2006: 59-66) y (Portilla, 2008: 77-91).

Fig.2. #AyotzinapaSomosTodos



En el audiovisual 1 se observa a través de la captura en un dispositivo móvil, una caracterización con vestuario homogéneo, mezclilla y playera blanca, cuerpo manchado y rostro con líneas, letras y manchas rojas. El performance narra el testimonio de Omar García, estudiante sobreviviente de la Normal Rural “Isidro Burgos” de Ayotzinapa, con situaciones de tensión, plasmando el desarrollo de la captura, con un trazo de concentración y dispersión constante, alternando diálogos. Se muestran carteles y mantas con consignas de apoyo. Una sola toma, sin postproducción de video.

El audiovisual 2, con una cámara fija y micrófono profesionales, en plano americano. Los participantes montaron una instalación con fotografías, carteles y la bandera Mexicana, cada uno mencionaba el nombre de alguno de los estudiantes, pedía por su aparición con vida y encendía una vela en símbolo de esperanza. Activación con postproducción de secuencia en video de los diversos perfiles e idiomas, apoyo textual.

2.2.2 Análisis de recursos gráficos y audiovisuales

El audiovisual 1:

- a) Lenguaje gráfico: Fachada del Museo Nacional de Arte, Plaza Manuel Tolsá, primer cuadro del centro histórico de la ciudad de México, 50 actores vestidos con pantalón de mezclilla y playeras, camisetas blancas con pañuelos rojos y maquillaje blanco, recurren a mantas pintadas con aerosol con frases como “El siguiente puedes ser tú”, “México despierta” “Por qué nos asesinan si somos la esperanza”.
- b) Lenguaje verbal: El performance narra el testimonio de Omar García, estudiante sobreviviente de la Normal Rural “Isidro Burgos” de Ayotzinapa, dispersión constante, alternando diálogos en voz alta.
- c) Estrategias para la persuasión: Entran en un solo bloque a la plaza y se concentran en un costado, hablando en voz alta mostrando que se encuentran desorientados y perdidos. Avientan sus zapatos mientras se escucha el desarrollo de la persecución. Cambian de posición en el espacio,

estando agachados de cuclillas o de pie al expresar alguna línea para mejor visibilidad del actor. Estrategia emotiva de temor y desesperación.

- d) Audio y efectos de sonido: Tres tiempos: entrada de actores, murmullos que se convierten en gritos, inicio del performance, grito “Ya dejen de disparar, cabrones”, Dispersión con el grito “Queremos un México justo y libre”, sonidos de calle, autos, aplausos de la gente. Estrategia es racional: a través de la dramatización.

En a) y b) se maneja una estrategia racional: la representación de desaparecidos y las frases de apoyo y el testimonio.

El audiovisual 2:

- a) Lenguaje gráfico: Fachada del “Teatro principal” Plaza de la Paz, Castellón de la Plana, España, Cámara fija, la activación se apoyo en una instalación con cartulinas de consignas como: “#AyotzinapaSomosTodos”, fotografías de los 43 estudiantes, la bandera de México, la leyenda “LOS QUEREMOS VIVOS YA”, velas alrededor de la instalación, vestimenta condecorada con símbolos mexicanos, colores de la bandera, playeras deportivas y la leyenda México. En la post producción, se incluye una cortinilla con la frase “AyotzinapaSomosTodos” y se cierra con el logotipo del colectivo. Manejo de estrategia racional: fotos reales de desaparecidos; y emotiva: frases de apoyo y símbolos mexicanos.
- b) Lenguaje verbal: Cada uno menciona su lugar de origen y el nombre de alguno de los estudiantes, pedía por su aparición con vida, con seriedad, de frente a la cámara. Estrategia racional: nombres de los desaparecidos.
- c) Estrategias para la persuasión: la intención es proyectar en cada individuo a uno de los estudiantes desaparecidos. Estrategia emotiva: preocupación desde un entorno global a partir de la multidiversidad de los actores.
- d) Audio y efectos de sonido: Diversos idiomas, ambiente de calle, misma estrategia afectiva anterior punto.

2.2.3 Relevancia Global

Se describen y se determina si estos recursos revisados en el punto anterior derivan en la generación de acciones en pro de la causa social.

El audiovisual 1:

a. Reproducciones: 43 174

b. “Me gusta”: 684

c. Comentarios: 111. Con referencia a los Estados de Guerrero, Quintana Roo y Sudamérica, argumentos a favor de la demostración, así como oposición, reproche e indignación; aunque no puede determinarse con esto si se trasciende la opinión en redes para convertirse en acciones concretas secundarias.

d. Indicadores de acciones secundarias o derivadas del audiovisual:

Funciona para trasladar al espectador a una atmósfera similar al sitio de los sucesos y sensibilizar, tanto al receptor físico como virtual, pudiera observarse como estrategia de marketing social al orientar al público sobre la gravedad de los hechos procurando un cambio de opinión.

El audiovisual 2:

a. Reproducciones: 683

b. “Me gusta”: 2

c. Comentarios: (0)

d. Indicadores de acciones secundarias o derivadas del audiovisual:

Muestra al espectador la diversidad cultural y étnica que se congrega para pedir justicia por los estudiantes, ello puede derivar en una estrategia de marketing social al estimular la adhesión de una idea como la justicia, en los espectadores.

Conclusiones

Es necesario dominar los principios de mercadotecnia social y las redes sociales, dada la relevancia de construir de forma estratégica los discursos que van a ser colocados en los *new media*, ya que estos estarán orientados a promover el espíritu crítico. Las herramientas utilizadas, ya sea a través de palabras o imágenes, pueden acercarnos y persuadirnos a apoyar una causa social en un entorno global desde lo local. Así, el planteamiento erróneo de estas estrategias puede marcar la diferencia, impactando en la audiencia para adherirse y participar activamente en una causa con un fin social, o por el contrario rechazarla.

El futuro de las redes sociales depende en gran medida del uso que de ellas se haga. Si bien en cierto que Twitter, Facebook y Youtube han abierto camino, también es verdad que son pocos los usuarios que participan en esta nueva politización de los *new*

media. Hay usuarios que los observan como medio de entretenimiento y se olvidan del carácter social que con ellos se puede emprender. Como casi todas las nuevas tecnologías, las redes sociales no se limitan a lo que pasa en la actualidad; es decir, su evolución es constante, en tal grado que deber haber una especialización cada vez mayor, donde los usuarios que la integren sean más capaces de implicarse en los movimientos sociales.

El ciberactivismo en plataformas digitales ha sido relevante en la promoción y la sensibilización de los temas de los movimientos sociales al permitir almacenar, propagar e interactuar con discursos audiovisuales que han favorecido la implementación de campañas comunicativas con estrategias de marketing social. Los colectivos que conforman el movimiento social #TodosSomosAyotzinapa han utilizado el soporte audiovisual como material complementario a sus demandas. Las evidencias llegaron a diferentes partes del mundo y ante la sensibilidad de los hechos se han procurado contribuciones que reclamaban justicia⁷.

Estos audiovisuales se pueden considerar una evolución al activismo que busca ilustrar la naturaleza y la profundidad del cambio. La evidencia de las diversas modalidades de representación, se articula con la interacción digital y pueden ser medibles para objetivos de marketing social. El artista se configura como emisor y el receptor nuevamente participa como emisor en su círculo de contactos, replicando los discursos. Es pertinente por ello mencionar que esta reflexión es sólo un acercamiento de la investigación que se está desarrollando para una tesis de Maestría registrada como *Diseño de Estrategias de Marketing Social Media a partir de la intervención de espacios urbanos para el desarrollo colectivo*.

Finalmente cabe destacar que desde el marketing se pueden atender líneas de acción sociales enmarcándose bajo un modelo de influencia en actitud y costumbres para acciones positivas, llevadas a los *new media* con propuestas claras y precisas, favoreciendo las causas sociales que provean de estabilidad en un entorno pacífico.

Bibliografía

- Andreasen, A. (1995). *Marketing Social Change. Changing behavior to promote health, social development, and the environment*. San Francisco: Jossey-Bass
- Aub, M. (1981). *Campo de los almendros*. Madrid: Alfaguara.
- Cabero, J., Llorente, M. y Román, P. (2004). Las herramientas de comunicación en el “aprendizaje mezclado”. Recuperado de

⁷ Por cuestiones de limitantes de la extensión en este trabajo no se incluyeron otros audiovisuales revisados.

- http://http://www.lmi.ub.es/te/any2004/documentacion/3_cabero.pdf
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la Era de Internet*. Madrid: Alianza.
- De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes: Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Barcelona. El Cobre Ediciones.
- Erro, J. (2007). ONGD: ¿reinventarse como Movimientos Sociales? Recuperado de <http://www.mundubat.org>.
- Escobar, A. (2005). Other worlds are (already) possible: cyber-Internacionalism and Post-Capitalist Cultures, *Textos de la cibernsiedad*, 5. Recuperado de <http://www.cibersociedad.net>.
- Fernández, M. J. (2012). *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Katz, R. L. (2008). La sobrevaloración de las redes sociales en internet, *Enter*, 81.
- Kotler, P. (1992). *Dirección de marketing. Análisis, planeación y control*. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Kotler, Ph. y Andreasen, A. R. (1987). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. Nueva Jersey: Practice HallINC.
- Kotler, P. y Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An approach to planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3-12.
- García, D. (2009). Reflexiones de cambio desde la práctica artística. En Carrión, J. y Sandoval, L. (Eds.), *Infraestructuras emergentes*, Valencia: Barra Diagonal.
- Larrégola, G. (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: Libros de comunicación global.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Martínez Guzmán, V. (2001). *Filosofía para hacer las paces*. Barcelona, Icaria.
- Mcadam, D, McCarthy, J. y Zald, M. (1999). *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Madrid: Istmo.
- McLuhan, M. (1987). *El medio es el masaje*. Barcelona: Paidós.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios, Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria.
- Parramón, R. (2002). Arte, participación y espacio público, en Actualizar la mirada. Foro, Arte y territorio. Actas encuentro 0, Burgos: Ayuntamiento de Burgos.
- Pérez, L. (2004). *Marketing Social* (1era edición). México. Editorial: Prentice Hall.
- Pérez, J. (2000). *Comunicación y educación en la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Barcelona: Paidós.
- Portilla, M. (2008). Los discursos gráficos como elementos fundamentales en la construcción de una cultura de paz. En Cortés, Vázquez y otros (comp.), *Comunicación, educación y cultura de paz, México*. Universidad Autónoma del Estado de México y Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Portilla, M. (2006). *La ética comunicativa aplicada en la construcción del discurso visual para contribuir con una cultura de paz*, Tesis del programa de la Maestría en Estudios para la Paz y el Desarrollo, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). México. UAEM.
- Sexe, N. (2001). *Diseño punto com*. Argentina: editorial Paidós.
- Valdivieso, M. (2014). La apropiación simbólica del espacio público a través del artivismo. Las movilizaciones en defensa de la sanidad pública en Madrid. XIII Coloquio Internacional de Geocrítica. Barcelona

Whitaker, R. (1999). *El fin de la privacidad*. Barcelona: Paidós.

Yepes Stork, R. (1993). *Entender el mundo de hoy*. Pamplona: Eunsa.

Biografías

Israel Alvarado Zariñana. Licenciado en Diseño Gráfico, por la Universidad del Valle de Toluca. Estudiante de la Maestría en Diseño, en la Universidad Autónoma del Estado de México en la línea de gestión y administración del diseño, con la investigación: Diseño de estrategias de Social Marketing Media para la intervención de espacios urbanos para el desarrollo colectivo, con una estancia de investigación en la Universitat Jaume I de Castellón, España en el programa de Máster de Estudios para la Paz y el Desarrollo. Correo electrónico: i_alza@hotmail.com.

María de las Mercedes Portilla Lujá. Profesora-Investigadora de la Facultad de Arquitectura y Diseño de Universidad Autónoma del Estado de México para Cuerpo Académico *Diseño y Desarrollo Social* con Registro SEP CA-173. Doctorado en Humanidades, por Filosofía Contemporánea (UAEM), con la Tesis: “Crisis de la modernidad como crisis de la comunicación. Un acercamiento a partir de la obra de J. Habermas”. 2014. Maestría en Estudios para la Paz y el Desarrollo. UAEM. Universidad de Granada, la Universidad de Castellón Jaume I con la Tesis: “*La ética comunicativa aplicada en la construcción del discurso visual para contribuir con una cultura de paz*”. 2006. Especialidad en Publicidad Creativa y Lic. en Diseño Gráfico. UAEM. Perfil PROMEP 2009-2015. Reconocimiento otorgado por la SEP-CONACyT. Premio “Arnaldo Orfila Reynal” (Feria Internacional del Libro) *Mejor edición universitaria revista cultural “La Colmena” de revista científica “Ciencia Ergo Sum” UAEM*. Correo electrónico: invposgradofad@gmail.com.

Bloque VI
Ciberactivismo, cambio
social y movimientos
sociales

Part VI
Cyberactivism, social change
and social movements

Cyberactivism, Civic Agency, and Social Change: the Significance of Discursive Civic Action

Ciberactivismo, Agencia Cívica y Cambio Social: la importancia de la acción cívica discursiva

Manisha Pathak-Shelat, MICA, Ahmedabad, India

Extended Abstract

In the dominant discourse on social change, cyberactivism is critiqued as an inferior version of civic engagement. Whether citizens can really take “action” online and if these online actions make any “real” difference in the world are the questions at the basis of the critique of cyberactivism as “slacktivism”, recognized as a low-risk, low-engagement version of civic engagement (Vernon, 2008; Morozov, 2013). My paper challenges this critique based on an empirical translocal ethnographic study.

The study adopts the cultural studies approach to examining citizenship and civic engagement where these concepts are studied as lived experiences. The study focuses on a subset of citizens who self-identify as women and are civically and digitally active. I am specifically focusing on women because technology use, citizenship, and globalization are all gendered processes. The multi-sited ethnographic design of the study draws insights from in-depth interviews with 23 women from 15 countries, textual analysis of their online civic participation, and participant observation on selected civic websites.

The framework that I developed to examine online civic participation for the study draws from Dahlgren (2011)’s framework of civic culture. Dahlgren has proposed the concept of “civic culture” that is “an analytic construct that seeks to identify the possibilities of people acting in the role of citizens” (Dahlgren, 2003: 154-155). Inputs were also drawn from frameworks developed by Bennett et al. (2010) addressing civic competencies and Plummer (2003) focusing on generation of new public spheres around intimate concerns like gender, sexuality, and parenting. My framework goes beyond competencies and aims at examining dimensions that influence quality of online enactment of citizenship.

The framework proposed in my study includes seven dimensions: 1) Identities/Affinities; 2) Values; 3) Knowledge/Information; 4) Connection/Communities/Networks; 5) Expression/Voice; 6) Dialogue/Deliberation and 7) Action (includes also a sense of efficacy). There is, of course, frequent overlap in these dimensions. For example, in the process of online participation sharing, information can be part of expression, dialogue, and also action.

The paper examines how women like my participants demonstrate the efficacy of online actions in effecting social change through critical thinking, mobilization, advocacy, education, awareness creation, and building solidarity. These activities have been widely accepted in offline contexts as civic activities and my study shows that they can be equally viable in online contexts. The paper further examines the most contentious form of online action –the purely discursive action such as liking, sharing, and displaying one’s ideology as a social media status. This is the type of action that triggers the most criticism of online action as slacktivism, clicktivism, or armchair activism, where one does not have to leave their chair to participate in “real” action. As Friedland (1996), Bennett et al. (2011), and Papacharissi (2010) among others suggest, such online activities defy strict labeling in the vocabulary borrowed from the offline experience familiar to us. For example, discursive action online is multi-modal, diffused, and conflated with personal, social, consumer, and professional actions. It may

be difficult to isolate such discursive civic action using conventional definitions. There is a possibility that online action is judged more harshly as compared to offline action because it is unfamiliar and involves technology, of which people tend to be skeptical, even fearful.

My findings show that discursive civic action plays an important role in producing and maintaining civic identities, agency, and a sense of self-efficacy, and thus plays a significant role in the process of social change. It is the day-to-day, small but frequent symbolic acts that keep civic interests and passions alive, and if we consider citizenship as also as a state of mind, symbolic action plays an important role in sustaining this state of mind. Again, if we define democratic systems as, not only the relationship between the state and the people, but also in terms of horizontal relationships among citizens, it is the symbolic action that sustains online communities through constant communication about shared beliefs and values of the community.

Findings show that online “talk” serves an important function of making visible individual stories of oppression and resistance, and has the potential to influence the public agenda that may lead towards conjoint action. I must point out here that these women are not cyber-utopians. Several participants raised concerns about risks and limitations of cyber activism such as incivility, threats to privacy and security, and surveillance, as well as unwanted sexual attention. However, these women have experienced that, with sufficient caution and commitment, the rewards of online civic action –expansion of resources and global support, for example– far outweigh its limitations in their own lives. My participants find online engagement fulfilling because they invest time, energy, and emotions in their online engagement. According to these women, commitment and the deep knowledge of the context are two predominantly important conditions for online civic action to be effective. The paper concludes that cyberactivism should be viewed and practiced as a complementary civic engagement to conventional offline activism, or as a value-addition and not as a substitute engagement.

Keywords

Cyberactivism; discursive civic action; symbolic action; civic agency; civic identity.

Resumen

En el discurso dominante sobre la participación ciudadana y el cambio social, el ciberactivismo es criticado como una versión inferior de activismo, con baja inversión y bajo riesgo de compromiso cívico. Si los ciudadanos pueden realmente emprender la “acción” online y si estas acciones online tienen cualquier diferencia “real” en el mundo son las preguntas que están en la base de la crítica del ciberactivismo como slacktivism.

Este trabajo desafía esta crítica al ciberactivismo basándose en un estudio empírico etnográfico translocal con 23 mujeres de 15 países diferentes que participan activamente en las comunidades cívicas globales online. El estudio adopta el enfoque de estudios culturales para examinar la ciudadanía y la participación cívica, donde se estudian estos conceptos como experiencias vividas. El trabajo examina en detalle la forma más polémica de acción online -la acción puramente discursiva y simbólica como poner “Me gusta”, compartir y mostrar la propia ideología como un estado en los medios sociales. Estas nuevas formas de acción son difíciles de etiquetar o explicar utilizando el vocabulario y los parámetros prestados de nuestra experiencia de participación cívica offline, con la que tenemos más familiaridad. Esta comunicación, basada en los resultados empíricos, sostiene que la acción cívica simbólica o discursiva desempeña un papel importante en la producción y mantenimiento de identidades

cívicas, agencia y un sentido de autoeficacia, jugando así un papel importante en el proceso de cambio social. Es la acción simbólica y discursiva que sustenta comunidades cívicas online a través de una comunicación constante sobre las creencias compartidas y valores de la comunidad. El discurso que circula online en todo el mundo tiene el potencial de influir en la agenda pública y puede llevar a la acción conjunta. Las mujeres de este estudio no son ciber-utopistas. Los resultados sostienen que las comunidades cívicas online pueden desempeñar un papel significativo en el cambio social. El ciberactivismo, sin embargo, debe ser visto y practicado como un compromiso cívico complementario al activismo convencional offline o como un valor agregado y no como un sustituto de compromiso.

Palabras clave

Ciberactivismo; acción cívica discursiva; acción simbólica; agencia cívica; identidades cívicas.

Biography

Manisha Pathak-Shelat, Ph.D. is Associate Professor in Communication at MICA, Ahmedabad, India. She has taught and worked as media consultant, trainer, and researcher in India, Thailand, and the U.S. She has a doctorate in Education from the Maharaja Sayajirao University of Baroda, India and in Mass Communication from the University of Wisconsin-Madison, USA. Her special interests are new media, civic engagement, young people's media cultures, media literacy, and gender. Recent projects include an Academy of Finland sponsored multi-country youth media participation project, a study on digital youth cultures in India, and collaboration on a digital archive of feminist grassroots political posters from South Asia hosted by the University of Wisconsin Digital Collections. Prof. Pathak-Shelat has received a number of awards and fellowships including The Soviet Land Nehru Award, Shastri Indo-Canadian Faculty Research Award, Salzburg Seminar Fellowship, and TATA Fellowship for the Study of Contemporary India. Email: manisha@micamail.in; manishashelat@gmail.com.

Ciberactivismos peruanos: resonancias locales de un fenómeno global

Peruvian cyberactivism: local repercussions of a global phenomenon

Miguel Sánchez Flores, Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

El presente artículo es una aproximación a algunos casos de acción social peruanos de los últimos años, marcados y definidos principalmente por la utilización de las nuevas tecnologías de la información y por poseer ciertas características que los relacionan con fenómenos similares de otros países alrededor del mundo. El texto también recorre el contexto de las protestas, sus antecedentes, las características comunes y su eficacia, centrándose en dos casos peruanos paradigmáticos: el de “#tomalacalle” de julio del 2013 y el del “Saqueo al Real Plaza” de abril del 2014.

Palabras clave

Ciberactivismo; Perú; protesta; Internet; redes.

Abstract

This article is an approach to some cases of Peruvian social actions from the past years. These are highlighted and defined primarily by the use of new information technology and by having certain characteristics that relate them with other similar phenomena in other countries around the world. The article also shows the protests context, antecedents, common characteristics and its efficiency focusing in two specific cases: one of them is “#tomalacalle”, July 2013, and “Saqueo al Real Plaza”, April 2014.

Keywords

Cyberactivism; Peru; protest; Internet; social media.

Introducción

Las nuevas tecnologías de la información han cambiado las características de la protesta en el mundo. La primavera árabe, el Occupy Wall Street o las manifestaciones de los indignados en España, por citar solo algunos casos, así lo demuestran. En estas manifestaciones, la utilización de nuevos soportes y herramientas de comunicación fueron útiles para reunir rápidamente a los activistas, pero sobre todo para registrar y esparcir, local y mundialmente, la noticia. Páginas web, listas de correos, blogs, redes sociales, entre otros soportes alternativos a los medios tradicionales de comunicación como la radio o la televisión, se convirtieron en herramientas indispensables para las acciones de los activistas; todo ello cambió las maneras de representación y organización dentro de los propios movimientos.

Del mismo modo como el cambio tecnológico afectó a la industria de las comunicaciones, al poner en duda el papel del intermediario también afectó los modos de organización tradicionales y la configuración de los actores de la protesta social.

Incluso los gobiernos y autoridades vieron en estas herramientas una amenaza y señalaron, recordando a Marshall McLuhan (1972), que el medio era el causante de las protestas, al permitir la creación de comunidades virtuales de personas con intereses comunes, y también que la información compartida de estos hechos podía trascender el espacio y el tiempo como nunca antes.

Como menciona Farid Kahhat (2013), en 2010 la revista *The New Yorker* ya compartía la previsión de los servicios secretos egipcios sobre las redes sociales con la siguiente premisa: el activismo en el ciberespacio parecía ser un sustituto de la acción política en el mundo real, no su complemento. Solo un año antes, en 2009, los manifestantes iraníes ya utilizaban Twitter para protestar contra los cuestionados resultados de las elecciones en su país, que daban como ganador a Mahmud Ahmadineyad. El movimiento fue bautizado rápidamente como “La revolución de Twitter” (Jarvis, 2000: 83) y terminó con más de cincuenta personas muertas y con los accesos a redes y páginas web bloqueados.

En junio de 2013, Recep Tayyip Erdogan, primer ministro turco, también culpó a la prensa internacional y a las redes sociales por incentivar las protestas y la violencia que movilizaron a miles de ciudadanos en distintas ciudades de Turquía (Letsch, 2013) luego de que un grupo de ecologistas que protestaban en contra de la construcción de un centro comercial en el parque Taksim Gezi fueran duramente reprimidos. Como parte de las acciones del gobierno, veinticuatro personas fueron detenidas por la policía, acusadas únicamente de incitar la protesta a través de Twitter¹.

Estos ejemplos constatan un cambio de paradigma en relación con el activismo social, pero también confirman el escaso conocimiento oficial de tales fenómenos. Las grandes movilizaciones de la sociedad civil en el mundo no digitalizado de décadas anteriores señalan que los nuevos soportes de comunicación, por sí solos, no generan movimientos y protestas sociales, pero sí pueden facilitarlas.

1. La acción colectiva y los movimientos sociales

A pesar de la novedad del fenómeno, la acción colectiva no es nueva y existe desde que existe el ser humano. Tarrow (2012: 31, 169) la define como la unión de fuerzas de ciudadanos corrientes que se reúnen para luchar contra élites, autoridades y demás antagonistas sociales. Para el autor, estas manifestaciones se remontan a los

¹ Véase: <http://goo.gl/5ELNj9>.

inicios de la historia, pero la organización, coordinación y mantenimiento de esta interacción es una invención de la era moderna marcada principalmente por la aparición de la letra impresa y de las asociaciones civiles.

La aclaración es importante en la medida que, más allá de la aparición de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, siempre hubo protestas y formas de organización ciudadanas. Las nuevas tecnologías de la información han revolucionado el modelo tradicional pero no lo han reemplazado. Las convocatorias a movilizaciones de sindicatos o partidos políticos siguen anunciándose a través de las asambleas, el correo tradicional, carteles y afiches, llamadas telefónicas o pautas radiales, al mismo tiempo que se realizan utilizando las redes sociales, páginas web o correos electrónicos.

Sin embargo, también es cierto, más allá de las limitaciones de alcance y acceso² en comparación con los usuarios conectados a la radio y la televisión, que en la actualidad es más sencillo crear y replicar un mensaje a través de los medios digitales. Al contrario de los medios tradicionales, en las redes sociales modernas uno gestiona y edita su información, decide qué resaltar y qué omitir. Esta tensión entre medio nuevo y medio tradicional es algo evidente no solo en la forma de convocatoria o en las características de las organizaciones de la sociedad civil, sino también en cómo la prensa informa acerca de los eventos.

La duda que permanece es la que cuestiona la eficacia, o no, de estos movimientos de ciberactivismo y su permanencia en el tiempo histórico. La experiencia peruana, por lo menos, dice que los movimientos tienen poca continuidad, son bastante heterogéneos y se desagrupan con mucha facilidad.

Sebastián Valenzuela (2013) afirma que es difícil responder la pregunta considerando que todavía falta distancia histórica como para realizar un análisis riguroso. Sin embargo, añade que existe una dicotomía teórica entre estudiosos. Por un lado, los escépticos del activismo digital, entre los que figuran autores como Morozov (2013), quienes sostienen que las nuevas tecnologías no alteran la lógica de la acción colectiva. Por otro lado, los optimistas, como Shirky (2012), que creen que las tecnologías sí están cambiando la manera como surgen y se desarrollan los movimientos sociales.

² Según el último Perfil del Internauta Peruano (Ipsos Perú, 2013), apenas el 37%, es decir 11 294 000 peruanos, tiene acceso a Internet. Para el caso de los usuarios de redes sociales, este porcentaje disminuye al 30%, lo que representa 9 148 000 usuarios.

Sobre las grandes ventajas de las nuevas tecnologías para la acción social, Shirky afirma que las redes digitales han incrementado la fluidez de los medios: “La vieja elección entre un medio público de un solo sentido se ha expandido ahora para incluir una tercera opción: medios bidireccionales que operan en una escala que va de lo privado a lo público. Las conversaciones entre grupos pueden realizarse en la actualidad en el mismo entorno de medios que las transmisiones” (Shirky, 2012: 68-69).

2. El Perú y los movimientos sociales

Según la Defensoría del Pueblo (2014), en julio de 2014 en el Perú había 164 conflictos activos, 44 conflictos latentes y se desarrollaron 148 acciones colectivas de protesta. Apenas 11 de estas movilizaciones sucedieron en Lima, y nueve de ellas estuvieron vinculadas a reclamos de trabajadores del sector Salud.

El dato es significativo en relación con las movilizaciones de ciberactivistas, porque se observa que existen no una sino distintas formas de movimientos sociales. Asimismo, la información confirma que Lima está lejos de ser el escenario principal de las acciones colectivas de protestas en el Perú y que son las organizaciones de base, en este caso los médicos y las enfermeras, las que cuentan con una mejor estructura y plataforma para la protesta.

Para Raphael Hoetmer (2012), los movimientos sociales en el Perú pueden dividirse en tres tipos:

- Sectoriales, vinculados a reivindicaciones específicas. Por ejemplo, las demandas de docentes o médicos por mayores beneficios.
- Territoriales, que son los que disputan el futuro de determinados territorios y enfrentan sobre todo a empresas privadas contra la población local en diversas regiones del país.
- Contraculturales, que buscan expandir derechos, profundizar la democracia y construir una cultura y modos de vida distintos.

Si bien los tres tipos de movimientos coinciden en la movilización y en la territorialización de la protesta, son los últimos, los contraculturales, los que presentan nuevas características organizativas y utilizan los soportes digitales para sus procesos de comunicación. Son estos los que movilizan a los ciudadanos en países aparentemente tan distintos como Túnez, Malasia, Turquía, Grecia, Egipto, Estados Unidos, Inglaterra, España, o en lugares más cercanos al Perú como Brasil o Chile, y demandan

transparencia en la representación política, mejoras y acceso a los servicios públicos y mayor participación en la toma de decisiones.

Aunque la utilización de medios digitales en el activismo social parece algo novedoso, en esencia conviene señalar que también en el Perú las redes sociales han existido siempre y son las personas y sus relaciones las que invariablemente las han constituido. Colectivos y asociaciones han existido desde siempre, y es muy común que estos se repliquen, cual espejo, en las redes sociales modernas.

En tal sentido, las nuevas tecnologías no han reinventado el boca a boca. Lo que no se puede negar es que la aparición y utilización de dichas herramientas permite avanzar en la manera cómo este boca a boca se lleva a cabo, dándole un uso más intensivo, como parte de esta economía (Curtichs *et al.*, 2011).

Las nuevas tecnologías, entre otras cosas, ayudan a las relaciones, organizan, facilitan la colaboración y también protegen, como señala Jeff Jarvis (2000: 65-73). Pero también creemos, como afirma Dominique Wolton (2003: 189), que aún subsiste la interrogante social sobre el cómo organizarse pacífica y democráticamente en relación con el Otro, que ahora aparece más omnipresente y más presente que nunca.

3. Características comunes de los movimientos de ciberactivismo

Manuel Castells (2012) catalogó 82 casos alrededor del mundo vinculados al ciberactivismo y encontró ciertas características comunes a estos colectivos de contrapoder, las que podrían resumirse en los siguientes seis puntos:

- Los activistas están conectados en red de numerosas formas. Es decir, más allá de las redes sociales y la web, la conexión en red siempre es multimodal e incluso incluye lo offline.
- La ocupación del espacio urbano es un requisito. Curiosamente, la protesta se inicia cuando el espacio virtual se territorializa. En el caso de los indignados españoles del #15M, el lugar escogido fue la plaza Puerta del Sol. La acción de “acampar” fue reproducida luego en diversas plazas de España.
- Los movimientos son locales y globales a la vez. Más allá de los espacios definidos por el territorio, los movimientos tienen conexiones globales con experiencias similares alrededor del mundo.
- Son movimientos espontáneos en su origen, desencadenados por lo general

por una chispa de indignación relacionada con la represión policial. En Túnez, por ejemplo, las acciones se inician con la inmolación de Mohamed Bouazizi; o en Egipto, con el asesinato del bloguero Jaled Said por la policía.

- Son virales. No en el sentido estricto de la red, sino que las acciones de estos movimientos inspiran acciones en otros lugares del mundo.
- No suelen tener líderes. Se trata de movimientos desencantados de la clase política. En ese sentido, los liderazgos son más efímeros, transitorios y dinámicos y los grupos se organizan en torno a tareas definidas.

4. Dos casos de ciberactivismos peruanos

4.1 #Tomalacalle contra la “repartija” (julio, 2013): ¿indignados peruanos?

Cuando el 17 de julio de 2013 cientos de manifestantes tomaron las calles del centro de Lima para protestar contra la denominada “repartija”³ de puestos claves en organismos estatales, muchos quisimos ver en esta movilización ecos de las protestas sociales que sucedían también alrededor del mundo. Sin duda, la movilización limeña tenía aspectos en común con las características propuestas por Castells (2012).

Por un lado, la convocatoria ocurrió con pocas horas de antelación y utilizó canales alternativos de comunicación como las redes sociales. Asimismo, los cerca de dos mil quinientos manifestantes que se reunieron eran en su mayoría individuos indignados y defraudados de la clase política sin una filiación partidaria y sin un liderazgo claro y visible⁴. En su mayoría se trataba de jóvenes universitarios de clase media con acceso a las tecnologías, que se reunían desde la autonomía y desde formas de organización que cuestionaban las jerarquías y que no eran interpelados por el sistema político y los instrumentos de la democracia representativa (Vommaro, 2014).

También se produjo la apropiación de espacios físicos como las calles y las plazas del centro limeño. La protesta no tenía un recorrido pensado; la única motivación era reclamar contra la clase política.

³ El término alude a la repartición por algunas agrupaciones del Congreso de la República del Perú de los cargos para representantes del Tribunal Constitucional, el Banco Central de Reserva y la Defensoría del Pueblo. Un audio confirmó el acuerdo previo entre las agrupaciones para otorgar los nombramientos a personas vinculadas a sus partidos. Véase más en América Noticias (2013).

⁴ Como detalla Marco Sifuentes (2013), tanto Rocío Silva Santisteban de la Coordinadora de Derechos Humanos como la periodista Claudia Cisneros jugaron un papel importante en la convocatoria. La primera, con datos de organización claves; y la segunda, a través de su red de contactos que no solo incluyó redes sociales sino también correos electrónicos y grupos de WhatsApp.

La manifestación fue reprimida por la policía, y las incidencias registradas en fotografías y videos fueron colgadas, incluso en vivo, en páginas web y redes sociales y replicadas por algunos medios de comunicación tradicionales (Hatun Runa, 2013). Las imágenes mostraban a grupos de manifestantes enfrentándose a las fuerzas del orden. Algunos fueron detenidos y otros repelidos con gases lacrimógenos. El escenario recordaba las protestas en diversos países del mundo. Se habló rápidamente de los “indignados peruanos”.

A los pocos días, el 22 de julio, hubo otra manifestación nuevamente convocada por la sociedad civil. La consigna seguía siendo la misma: tomar la calle para protestar contra la decisión del gobierno y pedir que se deroguen los nombramientos. Algunos colectivos de la sociedad civil y representantes de partidos políticos se unieron a la protesta. La convocatoria logró reunir a cerca de cinco mil manifestantes y siguió el mismo curso de la primera: toma de calles y plazas, represión policial y la posterior distribución de los registros de la represión en medios de comunicación alternativos que luego eran recogidos por los medios tradicionales como la radio o la televisión. Los actores, aparte de algunas ONG y asociaciones civiles, seguían siendo los mismos, en su mayoría jóvenes universitarios.

En ese contexto, la Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP) anunció una jornada cívica para el 27 de julio. La intención era aprovechar la protesta para movilizar a diversos sectores en el aniversario de la independencia peruana con un pliego de reclamos mayor que incluía pedidos más puntuales al gobierno. Esta convocatoria utilizó los medios tradicionales –comunicados, notas de prensa, pancartas y citaciones– así como las redes sociales. Días antes de la jornada, el 24 de julio, el Congreso anuló las designaciones. La decisión fue tomada como una primera victoria de los ciberactivistas.

Pese a la decisión del gobierno, la protesta del 27 de julio se realizó. Para quienes asistimos a las manifestaciones, llamaron la atención algunas diferencias entre las primeras, convocadas por la sociedad civil, y la segunda, convocada por un sindicato de bases. En primer lugar, el número de personas que congregó la segunda fue mucho mayor, lo que confirmaría la hipótesis que sostiene que los canales alternativos para las convocatorias siguen siendo aún efectivos. Asimismo, confirma la convivencia en la ecología de la protesta de nuevos y viejos canales de comunicación.

Por otra parte, los participantes de las primeras protestas eran en su mayoría jóvenes. En la del 27 de julio, los jóvenes eran un grupo más dentro de agrupaciones

sindicales, representantes gremiales, asociaciones de jubilados e incluso una barra de fútbol. La jornada también fue reprimida e incluyó, esta vez, una reunión de los representantes de la CGTP y representantes políticos con una comisión del gobierno. En esta reunión, los representantes de la CGTP entregaron formalmente un pliego de reclamos al gobierno. Esta también es una diferencia sustancial; contrariamente a las protestas anteriores, que tenían un objetivo claro, la protesta del 27 de julio era parte de una serie de manifestaciones que encauzaban diversos reclamos orgánicos.

Luego de esas protestas no hubo mayor continuidad y aparte de marchas vinculadas a exigencias de igualdad civil no ha existido una agenda programática de los ciberactivistas. Y esta es la diferencia final: mientras las agrupaciones tradicionales manejan redes y agendas claras de reclamo, las nuevas se activan a partir de temas. Son temporales. Una vez que el statu quo cambia o que sus reclamos son escuchados, la agrupación se desactiva.

4.2 Saqueo al Real Plaza (abril, 2014): *rolezinhos* peruanos?

“El centro comercial Real Plaza Centro Cívico tuvo que cerrar sus puertas esta tarde ante un intento de saqueo que fue anunciado a través de las redes sociales por un grupo de jóvenes” (*La República*, 2014). De ese modo anunciaba la web del diario *La República* la presencia de un grupo de jóvenes en uno de los centros comerciales más grandes del centro de Lima. Días antes, a través de un evento de Facebook que tenía el lema “Saqueo Real Plaza Centro Cívico”, se había convocado una reunión para el sábado 5 de abril de 2014.

El evento logró que casi catorce mil usuarios de Facebook confirmaran su asistencia. Los convocantes no eran personas reconocidas y sus identidades se camuflaban en nombres de colectivos⁵. Los lemas de la convocatoria eran diversos y destacaban pedidos de legalización de la marihuana hasta recomendaciones de acciones para el día del saqueo, definido como una acción de protesta contra las injusticias sociales.

El día previsto, cerca de treinta jóvenes se congregaron en una de las esquinas exteriores del centro comercial. La policía los detuvo antes de que ocurriera alguna movilización. Algunos medios de comunicación hablaron de los *rolezinhos* peruanos.

Los *rolezinhos* un fenómeno que se presentó en el Brasil. Fueron irrupciones de

⁵ Los perfiles desde donde se realizaron las convocatorias fueron “Los morraleros del Rímac” y “Pipa Electro”.

grupos de jóvenes de las periferias en los centros comerciales. Aunque se trata de lugares públicos, estos se veían conmocionados ante la presencia masiva de personas que no solían ser su concurrencia habitual.

Pablo Vommaro señala que los manifestantes se autoconvocan a través redes sociales y luego graban sus apariciones, con lo cual el impacto se multiplica.

El objetivo es poner en evidencia que estos espacios públicos, dedicados al consumo y el tiempo libre que supuestamente están abiertos para todos los que ingresen en la lógica de ocio mercantilizado, en realidad están vedados a ciertos grupos sociales que no se ajustan a los cánones hegemónicos (Vommaro, 2014: 64-65).

Sin duda, el caso es interesante en diversos aspectos. En primer lugar, la convocatoria realizada a través de las redes reunía nuevamente a jóvenes; sin embargo, esta vez no para protestar contra las decisiones de la clase política sino para cuestionar el sistema con sus propias acciones. En ese sentido, los mensajes, a diferencia de los ciberactivistas que protestaban contra la “repartija”, esta vez aparecían confusos y diversos.

El espacio público también tenía otras características. En contraste con las plazas y calles, el centro comercial se presentaba como un espacio cerrado y protegido que incluso permitió que la intervención policial se dé antes de las acciones.

Finalmente, más allá de la escasa convocatoria física que logró el evento, el hecho confirmó las posibilidades de estas nuevas plataformas que en la actualidad siguen reuniendo a grandes grupos de personas con intereses comunes en diversas plazas y espacios públicos de Lima. ¿Cómo han cambiado las configuraciones internas de estos grupos? ¿Qué está pasando con las tradicionales formas de convocatoria? Son solo dos preguntas que surgen como grandes interrogantes para investigaciones futuras.

Conclusiones

- La acción social es un fenómeno social intrínseco al ser humano, independientemente de la aparición de las nuevas tecnologías de la información.
- La revolución tecnológica ha ampliado los recursos para los activistas, quienes en la actualidad utilizan tanto los medios tradicionales como los nuevos medios para la difusión de sus comunicaciones.
- El medio tradicional de comunicación (prensa, radio, televisión, etc.)

valida y amplía los mensajes de los nuevos medios (web, redes sociales, blogs, etc.). Para que las acciones de protesta sean masivas, por lo general es necesario que un canal tradicional recoja la noticia.

- En el Perú, el ciberactivismo se produce principalmente en Lima y representa un porcentaje mínimo en relación con las protestas sindicales o territoriales que suceden al interior del país.
- Los casos de ciberactivismo responden a objetivos claros y en los grupos no se observa un liderazgo visible, más allá de que siempre existan nodos de articulación. Los liderazgos son efímeros y transitorios.
- Las manifestaciones de “Toma la calle” de julio de 2013 demostraron que aún el alcance de las redes es menor respecto de las manifestaciones que son convocadas por organismos de base, como la realizada el 27 de julio del mismo año.
- En su mayoría, las manifestaciones de protesta están integradas por jóvenes de clase media con acceso a educación y tecnología y que tienen un objetivo claro de acción.
- En el caso de la convocatoria “Saqueo Real Plaza Centro Cívico” se observan algunas particularidades. No solo los jóvenes son otros, sin objetivos claros y de menores recursos, sino que además los articula una motivación delictiva en un espacio cerrado y protegido.

Bibliografía

- América Noticias [Américanoticias.pe] (21 de julio de 2013). Esta es la crónica de la denominada 'repartija' en el Congreso [archivo de video]. Recuperado de <http://youtu.be/HOvcYughpBs>.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Curtichs, J., Fuentes, M.A., García, Y. y Toca, A. (2011). *Sentido social. La comunicación y el sentido común en la era de la internet social*. Barcelona: Profit Editorial.
- Defensoría del Pueblo (2014). Reporte de Conflictos Sociales n.º 125 (julio). Recuperado de <http://www.defensoria.gob.pe/conflictos-sociales/home.php>.
- Hatun Runa, V. [Vladimir Hatun Runa] (23 de julio de 2013). Indignados Perú: contra la repartija del Congreso. Recuperado de <http://youtu.be/VQ7TwONWNhY>.
- Hoetmer, R. (2012). Los movimientos del Perú. Nueve hipótesis sobre conflicto y movimiento social y una afirmación epistemológica. En: M. Daza, R. Hoetmer y V. Vargas (Eds.), *Crisis y movimientos sociales en nuestra América: cuerpos, territorios e imaginarios en disputa*. Lima: Programa Democracia y Transformación Global.

- Ipsos Perú (2013). *Perfil del internauta 2013: Lima y principales provincias*. Lima: Ipsos APOYO Opinión y Mercado.
- Jarvis, J. (2000). *Partes públicas*. Barcelona: Gestión.
- Jóvenes quisieron saquear Real Plaza de Centro Cívico (5 de abril de 2014). *La República*. Recuperado de <http://www.larepublica.pe/05-04-2014/lima-centro-comercial-real-plaza-cerro-sus-puertas-por-temor-a-saqueo>.
- Kahhat, F. (2013). ¿La rebelión de las masas? Las protestas en Brasil, Chile, Egipto y Turquía: similitudes, diferencias y lecciones. *Poder Enterprise*, 5(7), 18-27.
- Letsch, C. (2013). *Social media and opposition to blame for protests, says Turkish PM*. Recuperado de <http://www.theguardian.com/world/2013/jun/02/turkish-protesters-control-istanbul-square>.
- Luna, A. (2012). Implicancias de los movimientos sociales en la actual dinámica global ambiental: el caso de Estados Unidos. *Espacio y Desarrollo*, 24, 135-149.
- McLuhan, M. (1972). *La galaxia Gutemberg: génesis del "Homo typographicus"*. Madrid: Aguilar.
- Morozov, E. (2013). *To Save Everything Click Here, the Folly of Technological Solutionism*. New York: Public Affairs.
- Shirky, C. (2012). *Excedente cognitivo. Creatividad y generosidad en la era conectada*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Sifuentes, M. (31 de julio de 2013). El amanecer de los indignados peruanos. *La República*. Recuperado de <http://www.larepublica.pe/31-07-2013/el-amanecer-de-los-indignados-peruanos>.
- Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Valenzuela, S. (2013). De la acción colectiva a la acción conectiva o cómo superar la dicotomía ciberoptimismo-ciberpesimismo. En S. Millaleo y P. Cárcamo, *Medios sociales y acción colectiva en Chile*. Santiago de Chile: Fundación Democracia y Desarrollo.
- Vommaro, P. (2014). La disputa por lo público en América Latina. Las juventudes en las protestas y en la construcción de lo común. *Nueva Sociedad. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 251, 55-69.
- Wolton, D. (2003). *La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- 29 detained for tweets about Geziptest in Turkey (s.f.). *Hurriyet Daily News*. Recuperado de <http://goo.gl/5ELNj9>.

Biografía

Miguel Sánchez Flores, investigador en medios digitales y comunicación, es licenciado en periodismo por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha trabajado en agencias de noticias, medios periodísticos, agencias de publicidad, organismos del Estado y ONG vinculadas a temas de educación. Realizó su tesis de licenciatura sobre los primeros años de la redacción digital del diario peruano *El Comercio* y actualmente investiga sobre los afiches del artista plástico Jesús Ruiz Durand y la política en el gobierno de Juan Velasco Alvarado (1968-1975) para su tesis de Maestría en Historia del Arte y Curaduría. Ha llevado cursos de pregrado de Literatura en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y actualmente es docente y subeditor de contenidos digitales en la Dirección de Comunicación Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Correo electrónico: sanchez.miguel@pucp.edu.pe.

Comunicación para el cambio social: uso de los dispositivos móviles y de la web social como canal de información y participación en el 15M

Communication for social change: mobiles devices and social media exposure as channels of information and participation in the 15M

Ariadna Fernandez-Planells, Universitat Pompeu Fabra

Juan Linares, Universitat Pompeu Fabra

Resumen

En los últimos años, los usuarios se han convertido en protagonistas de los flujos comunicativos. Los medios sociales han sido claves para potenciar la participación del ciudadano (Lunt, Kaun, Pruulmann-Vengerfeldt, Stark y van Zoonen, 2013) y han contribuido a modificar las formas de consumir y difundir información. En este proceso, los movimientos sociales en red han tenido un papel importante al explorar e innovar la comunicación para el cambio social. En 2011, en España, el Movimiento 15M ocupó las plazas físicas y virtuales.

Esta comunicación analiza los hábitos informativos de los activistas que participaron en las acampadas del 15M. Para ello, se realizaron dos encuestas, una se llevó a cabo en 2011 (n=339) y otra en 2013, coincidiendo con el segundo aniversario del 15M (n=6111). En primer lugar, se detectan los canales online y offline utilizados para obtener información del movimiento. En segundo lugar, se estudia a través de qué pantallas accedieron a dicha información. Y, finalmente, se comparan los resultados obtenidos en 2011 con los obtenidos en un segundo estudio en 2013, coincidiendo con el segundo aniversario del 15M.

Los datos sugieren que, para los activistas, informarse se ha convertido en un acto social, transmedia (Jenkins, 2006) y descentralizado. Tanto en 2011 como en 2013 destaca el uso de los medios sociales como Facebook o Twitter para obtener información. En línea con las tendencias informativas, Twitter ha incrementado su importancia, pasando de ser el quinto canal informativo en 2011 al tercero en 2013. Por otro lado, los dispositivos móviles se han convertido en herramientas fundamentales para obtener y difundir información. Si en el 2011 ya se detectó la importancia de los *smartphones*, los datos indican que, en 2013, el protagonismo de esta tecnología se ha incrementado notablemente.

Palabras clave

Medios tradicionales; medios sociales; dispositivos móviles; pantallas; Movimiento 15M.

Abstract

In recent years, users have become protagonists of communication flows. Social media have become a key factor to enhance citizen participation (Lunt, Kaun, Pruulmann-Vengerfeldt, Stark and van Zoonen, 2014) and they have contributed to change the way in we consume and disseminate information. In this process, networked social movements have had an important role to explore and to innovate in communication for social change. During 2011, the 15M Movement in Spain occupied physical and virtual spaces.

This conference paper analyzes the information behavior of the 15M activists. First, online and offline channels used to get information about the movement are detected. Secondly, the screens though which information was retrieved is also

analyzed. Finally, the study compares the results obtained in 2011 with those obtained in 2013, coinciding with the second anniversary of 15M.

The data suggest that, for activists, information has become a social, transmedia (Jenkins, 2006) and decentralized act. In 2011 as well as in 2013, social media like Facebook or Twitter were used as information channels. In concurrence with the informative trends, Twitter has increased its importance: from being the fifth information channel used in 2011 to being the third in 2013. On the other hand, mobile devices have become essential tools to obtain and disseminate information. The importance of smartphones has already been detected in 2011 and the data indicate that in 2013, the role of this technology increased significantly. This study employed two surveys conducted in 2011 (n= 339) and 2013 (n= 6167) to give an insight into communication trends among 15M activists.

Keywords

Traditional media; social media; mobile devices; screens; 15 May Movement.

Introducción

En los últimos años, los usuarios se han convertido en protagonistas de los flujos comunicativos. Los medios sociales han sido claves para potenciar la participación del ciudadano (Lunt, Kaun, Pruulmann-Vengerfeldt, Stark y van Zoonen, 2013) y han contribuido a modificar las formas de consumir y difundir información. En este proceso, los movimientos sociales en red han tenido un papel importante al explorar e innovar la comunicación para el cambio social.

En 2011, en España, el Movimiento 15M ocupó las plazas físicas y virtuales. Este movimiento, creó sus propios canales de información en red como alternativa a los grandes medios. Facebook y Twitter se convirtieron en herramientas fundamentales para el movimiento. A través de Facebook el 15M convocó (y convoca) acciones en las ciudades más importantes del país (15mpedia, 2014) y utilizó (y utiliza) Twitter para difundir y transmitir lo que sucedía en las manifestaciones y acciones convocadas. En este sentido, estudios previos sugieren que Internet se convirtió en un espacio de articulación social e información durante el 15M, caracterizado por el uso de los medios sociales como herramientas informativas (Fernandez-Planells, Figueras-Maz y Feixa, 2014). Paralelamente al incremento de uso de los medios sociales como canales de información política, coincidiendo con la #spanishrevolution, en mayo de 2011, los usuarios de Internet en España incrementaron su tiempo de uso un 23% (ComScore, 6 julio 2011). A su vez, el acceso a Internet desde el móvil también creció: en 2011, un 72% de usuarios se conectaron a Internet a través de su móvil en al menos una ocasión (Iab Spain Research, 2011).

Las formas organizativas y comunicativas del 15M modificaron las rutinas informativas lo que sorprendió a los propios periodistas, habituados a otro tipo de rutinas informativas. Tal y como se apunta en un estudio reciente (Linares-Lanzman y Pérez-Altable, 2015), durante este periodo se produce una hibridación de funciones entre usuarios de la red de Twitter del 15M y periodistas que cubrían el fenómeno desde las redacciones de los principales medios. En el caso del 15M, se puede decir pues, que los usuarios de Twitter alteraron la forma en cómo se producía y se consumía la información online (Hermida, 2013).

1. El 15M hoy

Cuando nos referimos al 15M hablamos de un acontecimiento que moviliza a millones de personas (*RTVE*, 6 junio 2011) y que obtiene el apoyo de la mayoría de la ciudadanía año tras año (*El País*, 18 mayo 2013). Se lo considera como precedente de movimientos internacionales, como Occupy Wall Street (Castañeda, 2012), que tuvo lugar en Estados Unidos. En España, muchos otros acontecimientos, de objetivos más concretos, tienen estrecha relación con el 15M: @iaioflautas, @15mparato, @toqueabankia, @la_pah, @mareablancamad, por citar algunos pocos de una extensa red que se ha creado a posteriori (Autoconsulta.org, octubre 2014). De las movilizaciones masivas que se han sucedido a partir de las primeras acampadas, destaca la acción pública del 25 de septiembre de 2012 (conocida como #25S) en que se rodeó el Congreso de los Diputados en Madrid. Esta manifestación actuó como un continuo de la política ciudadana (en red) que usa internet para apoyar nuevas formas institucionales donde personas, prácticas e ideas se comparten y se usan para movimientos futuros (Peña-López, Congosto y Aragón, 2013). Por lo tanto, el 15M no terminó con las acampadas del 2011. Con el foco puesto hacia otros movimientos, objetivos y lugares, su potencial de movilización perdura hasta hoy a través del uso estratégico y táctico de las posibilidades que ofrece la comunicación en Internet.

En los movimientos ciudadanos más recientes, el uso de medios sociales y en especial de Twitter, sigue siendo una rutina habitual para sus activistas, año tras año. En el 2014, según un estudio de Redes, Movimientos y Tecnopolítica (2014), de la Universitat Oberta de Catalunya, el 93% de los participantes del 15M y otros movimientos se informan con las redes sociales, siendo a través de Twitter en el 72% de los casos. Dada la importancia que jugaron los *smartphones* y el uso de las redes

sociales en el periodo inicial del 15M o de ‘explosión’ del movimiento (Monterde y Postill, 2013), en este artículo se aportan datos sobre la evolución en el uso de medios y dispositivos por los activistas para consultar información sobre el Movimiento 15M en España en 2011 y 2013. De esta manera, el artículo, a través de un estudio longitudinal, explora las rutinas mediáticas de los activistas del 15M entre 2011 y 2013.

- Objetivo 1: Estudiar el uso y evolución del uso de medios para obtener información del Movimiento 15M entre 2011 y 2013.
- Objetivo 2: Analizar la evolución en el uso de dispositivos y pantallas de consumo de información a través del estudio de los activistas del 15M entre 2011 y 2013.

2. Metodología

El presente estudio se basa en los datos obtenidos a través de dos encuestas realizadas en 2011 y 2013.

2.1. Encuesta 1

Se realizó una primera encuesta entre el 28 de mayo y el 25 de junio de 2011 en la acampada del Movimiento 15M en la Plaza de Catalunya de Barcelona. El 90% de los cuestionarios se completaron en papel en la misma acampada y el 10% restante fueron contestados por correo electrónico. En total, se realizaron 420 encuestas de las que se validaron 339 (N=339). Para validar los cuestionarios, todas las preguntas tenían que haber sido respondidas y las respuestas tenían que ser coherentes entre sí.

La encuesta se diseñó *ad hoc* para este estudio, aunque se validó mediante un pre-test. Para analizar el uso de las distintas pantallas, los encuestados debían escoger entre un listado que incluyó la pantalla del ordenador de sobremesa, la del portátil o notebook, la del teléfono móvil o *smartphone* y la de la tableta. Para analizar el uso de medios, los encuestados tuvieron que escoger entre un abanico de opciones que incluyen medios tradicionales y medios alternativos.

2.2. Encuesta 2

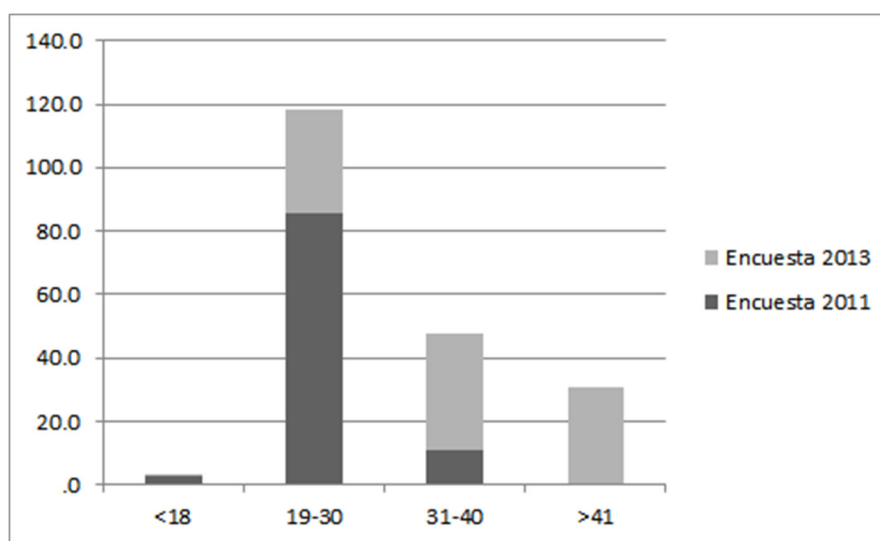
Se realizó una segunda encuesta coincidiendo con el segundo aniversario del Movimiento 15M en mayo de 2013. Se mantuvieron las preguntas realizadas en la encuesta de 2011. Esta vez, sin embargo, debido a la idiosincrasia del Movimiento

durante el segundo aniversario y a la desaparición de las ocupaciones, se creó un cuestionario online y se difundió entre el 14 y el 30 de mayo de 2013 a través de medios sociales y WhatsApp. Pronto saltó a Menéame y algunos medios como *ElDiario.es*, *El País* o la *Cadena SER* dieron difusión a la encuesta. En tan solo 24 horas se recibieron más de 4000 respuestas. Finalmente, se recogieron 6167 (N=6167).

2.3. Muestra 1

Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo incidental o de conveniencia. No existían datos sobre el número de personas que asistieron a las plazas cada día, ni sobre el perfil sociodemográfico de los participantes en el 15M. Por ello, en la selección de la muestra, se trató de ser lo más riguroso posible: se dividió la plaza en cuatro zonas, que corresponden a las áreas alrededor de las cuatro entradas principales. De este modo, se cubrían todas las comisiones instaladas en ella. Se trató de encuestar a los participantes de todas las zonas y el único criterio de selección fue que estuviesen en la plaza participando como visitantes, miembros de una comisión o acampados. Teniendo en cuenta que el universo no puede definirse correctamente, cuando este artículo se refiere a activistas del 15M, solo se hace referencia al universo de la muestra, es decir, a aquellos activistas encuestados. Estos eran, principalmente, jóvenes de entre 18 y 30 años (Figura 1).

Figura 1. Perfil de edad de los encuestados en 2011 y 2013



Fuente: elaboración propia (2015)

2.4. Muestra 2

Debido al método de difusión escogido, se trata de un muestreo por bola de nieve. De los participantes, un 0,4% es menor de 18 años, un 32,9% tiene entre 18 y 30, el 36,6% entre 31 y 40 y un 30,1% más de 41 años (Figura 1). Finalmente, 6167 personas respondieron el cuestionario (N=6167).

3. Resultados

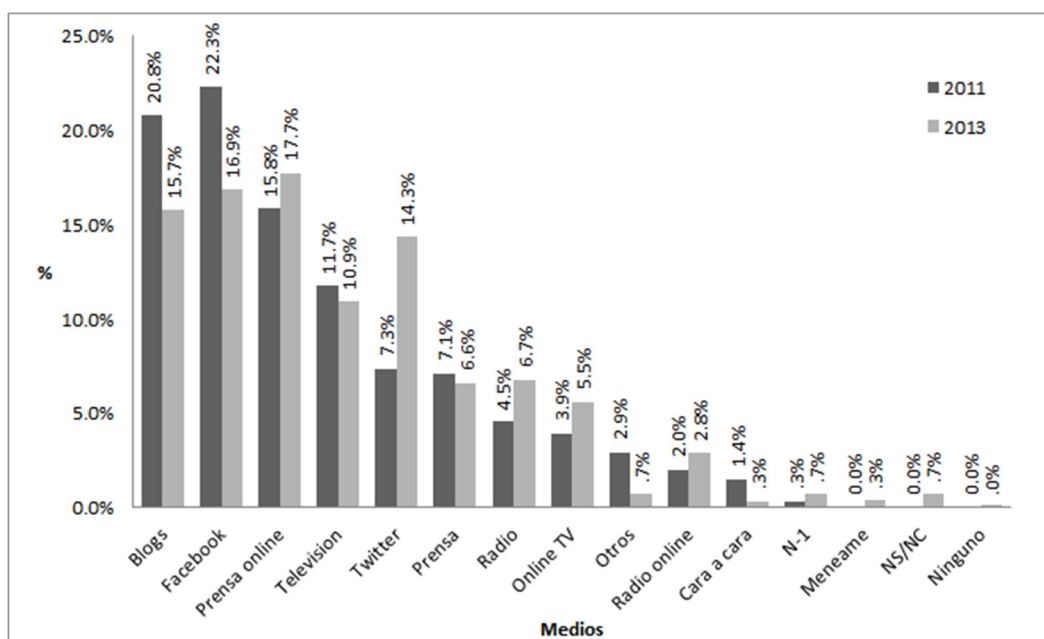
Este estudio refleja la evolución de las dietas mediáticas de los activistas del Movimiento 15M entre 2011, año de surgimiento del movimiento, y 2013, coincidiendo con su segundo aniversario. A continuación, en primer lugar, se presentan los resultados sobre los medios escogidos por los activistas para consultar información sobre el movimiento en 2011 y en 2013, detectando los principales cambios y evoluciones en el consumo de medios. En segundo lugar, se analizan los dispositivos utilizados por los activistas para consultar dichos medios e informaciones en 2011 y 2013.

3.1. Uso de medios

En 2011, los activistas del 15M en Barcelona escogieron informarse sobre el Movimiento a través de los medios sociales y de los canales de la propia acampada. De este modo, Facebook fue la principal herramienta para obtener información del 15M. La web de la acampada fue también ampliamente utilizada, seguida de los medios convencionales tanto en su vertiente online –a través de la prensa digital– como de su versión analógica –a través de la televisión (Figura 2).

A pesar de que Twitter aparezca en quinto lugar, ha sido un canal determinante. Esta tendencia queda confirmada con los resultados de la encuesta de 2013. En ellos puede observarse como Twitter es el canal informativo que más ha crecido para obtener información del 15M. Sin embargo, Facebook se mantiene por delante como herramienta informativa. Esto puede estar relacionado con los porcentajes de penetración en la sociedad española de ambos medios sociales. En el caso de Facebook, antes de las acampadas, ya era una herramienta muy difundida. Por ello, los activistas estaban previamente familiarizados con ella.

Figura 2. Uso de medios para consultar información del 15M en 2011 y 2013



Fuente: elaboración propia (2015)

Vale la pena señalar otros datos que surgen al comparar el uso de medios entre 2011 y 2013. Junto al gran crecimiento de Twitter, llama la atención el crecimiento de la prensa online, de la radio –tanto online como convencional– y de la televisión por internet. A pesar de que la cobertura informativa del Movimiento ha descendido notablemente desde que se desalojaron las plazas, resulta sorprendente el incremento de uso de medios tradicionales como la prensa online o el mínimo descenso de un medio como la televisión. En un artículo anterior (Fernandez-Planells, Figueras-Maz y Feixa, 2014), a través de las entrevistas en profundidad, se apuntaba a que los elevados porcentajes de uso de la televisión podían estar vinculados con la amplia cobertura informativa realizada por algunas cadenas. Especialmente, los entrevistados destacaron la cobertura en directo del desalojo de la Plaza de Catalunya realizada por la cadena autonómica *TV3* y por la cadena nacional *Antena 3*.

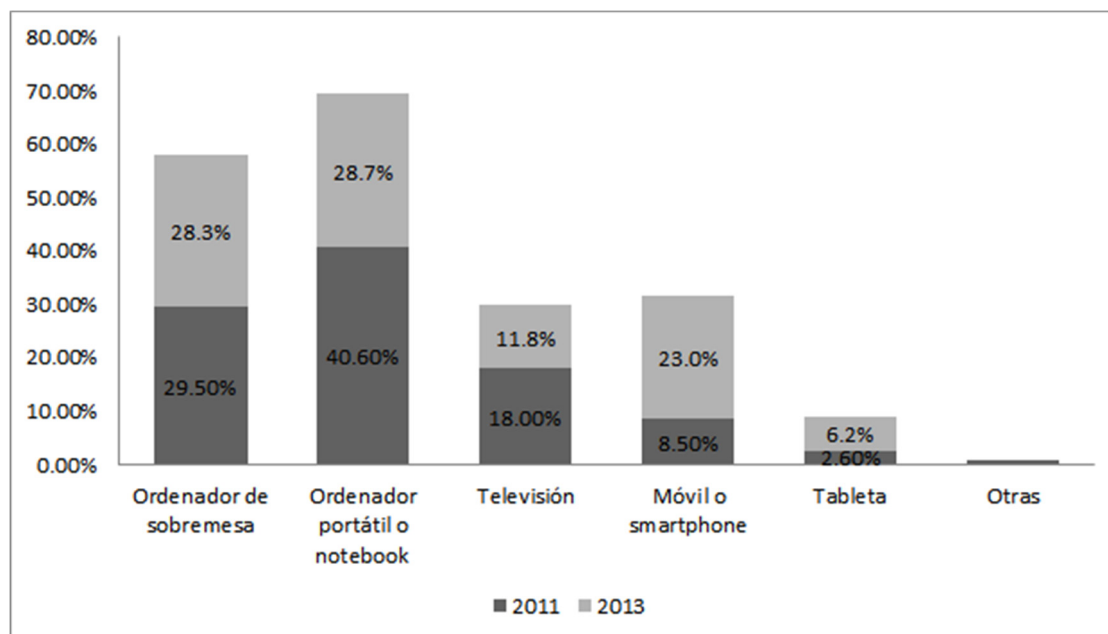
En contraposición al incremento de uso de estos medios, es notable el descenso de usuarios de los blogs y de Facebook. Por otro lado, destaca el incremento y aparición de *Menéame*, del WhatsApp o del email como canales de información.

3.2. Emergencia de las pantallas móviles

Los datos de esta investigación reflejan la aparición y consolidación de los dispositivos móviles como pantallas de acceso a la información entre 2011 y 2013. En

2011, los activistas del 15M en Barcelona utilizaron principalmente la pantalla del ordenador portátil para informarse del Movimiento, seguido del ordenador de sobremesa, la televisión y el teléfono móvil. El uso de tabletas fue meramente testimonial, con solo un 2,6% de usuarios (Figura 3). En el segundo aniversario del 15M, la cobertura mediática fue menos intensa, lo que explicaría el descenso en los porcentajes de consulta de información a través de la pantalla de televisión. En contraposición, el aumento de los porcentajes de los dispositivos móviles podría estar vinculado al incremento de uso de medios digitales para obtener información.

Figura 3. Pantallas utilizadas por los activistas para obtener información (2011 y 2013)



Fuente: elaboración propia (2015)

Tal y como se ha visto en el anterior apartado, destaca el crecimiento de Twitter y de la prensa online. Tal y como puede verse en la Figura 3, el uso del teléfono móvil como pantalla de consulta de información sube a costa de la televisión, del ordenador de sobremesa y del portátil.

4. Conclusiones

Este artículo contribuye al estudio y al conocimiento del uso y evolución de medios y dispositivos para obtener información en la nueva ola de movimientos en red, concretamente, del Movimiento 15M. En primer lugar, los resultados apuntan a que

informarse se convierte en un acto social, transmedia y descentralizado para los participantes del 15M entre 2011 y 2013. En este periodo, la red del 15M (Facebook, Twitter y blogs de la acampada) se consolida como una alternativa informativa a los medios convencionales (prensa, televisión y radio). Los resultados muestran el protagonismo adquirido por Twitter como canal informativo. Estos datos coinciden con la tendencia de crecimiento de uso de Twitter España (Iab Spain Research, 2013). De este modo, entre 2011 y 2013, Twitter se convierte en el canal informativo que más crece, con casi el doble de participantes en 2013 que lo utilizan como fuente de información del movimiento (14,3% respecto al 7,3% del 2011) mientras el resto de canales (Facebook y blogs) mantienen su importancia sin grandes oscilaciones de uso. En el caso de Twitter, el incremento podría estar propiciado por la capacidad que posee Twitter de articular redes de información en tiempo real mientras ocurren acontecimientos y tendencias en este medio, tal y como ocurrió con los *hashtags* del 15M.

El hecho de que, desde un principio, la información fundamental para la organización y difusión de las convocatorias y asambleas se encontrase en los medios propios del 15M y no en los medios convencionales pudo contribuir al protagonismo de los medios sociales como herramientas informativas. Junto a este hecho, además, debe considerarse la cantidad y enfoque informativo de la información publicada por los medios tradicionales. Los resultados nos llevan a reflexionar sobre cuáles fueron las consecuencias de la consolidación de los medios sociales como herramientas alternativas de información y de la cobertura mediática realizada por los medios. ¿El uso de estos canales afectó al nivel de confianza que los activistas depositaron en los medios tradicionales? Algunas investigaciones realizan una aproximación al estudio de la asociación entre la exposición de los activistas a medios alternativos y sociales y la confianza en los *mass media* y los medios sociales y alternativos (Fernandez-Planells, en prensa). Como sociedad, es importante conocer cuáles son los niveles actuales de confianza en los medios tradicionales. Casos como la emisión del documental *Ciutat Morta* en la televisión catalana (TV3), en que se recortaron cinco minutos por orden judicial, vuelven a poner sobre la mesa el debate sobre la credibilidad de los medios.

Siguiendo con el análisis, en este trabajo se constata la aparición y consolidación de dispositivos móviles para obtener información del movimiento. En este sentido, los ordenadores siguen siendo habituales en este periodo, pero el uso de *smartphones* se incrementa sustancialmente (del 8,5% en 2011 al 23,0% en 2013) llegando a superar,

junto a las tabletas, al uso de ordenadores portátiles (cabe recordar que en el 2011 fueron los principales dispositivos de las acampadas). El auge de los dispositivos móviles concurre con los datos sobre el incremento del número de líneas móviles con conexión a Internet, que pasó de 13 millones en el 2011 a 29 millones en el 2013 (CNMC, 2014).

Evidentemente, este estudio presenta limitaciones. La primera de ellas, en cuanto a la metodología. En este sentido, la encuesta de los años 2011 y 2013 se realizó en condiciones diferentes, tal y como se ha detallado. Este hecho, sin embargo, no altera la interpretación de los hallazgos que se obtienen. Por un lado porque los resultados que se han destacado de ambas encuestas no difieren significativamente. Por el otro, como también se ha visto, porque en el 2014 se reproduce el mismo patrón, consolidando de esta manera cómo se han informado los participantes del 15M y los activistas de otros movimientos ciudadanos que han ido surgiendo a posteriori. Además, los resultados obtenidos, coinciden con las tendencias comunicativas del estado español. Así mismo, aunque esta comunicación presenta resultados relevantes para comprender con qué medios y dispositivos se informan los participantes del 15M, se dejan de lado otros acontecimientos que han tenido un gran impacto en la opinión pública y que están además estrechamente vinculados al 15M. De entre estos colectivos destaca, por ejemplo, la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), conocida plataforma ciudadana que lucha contra de los desalojos y por una vivienda social digna y asequible. La PAH ha desarrollado un modelo comunicativo que permite visibilizar cada intento de desahucio gracias a los teléfonos móviles que se usan para publicar tuits con imágenes y *streaming* en directo a través de los medios sociales. Asimismo, el 15M es un movimiento en constante evolución, por lo que no sabemos cuál es el tamaño o la influencia que tienen las redes del 15M en el 2013 respecto a las del 2011. Es decir, podría darse el caso, por ejemplo, que las redes del 15M de 2013 no fuesen exactamente las mismas que las del 2011. Algunas acampadas y asambleas dejaron de existir a la vez que surgieron otros movimientos vinculados al 15M, como las mareas o auditorías ciudadanas, por poner tan solo algún ejemplo.

Para futuras investigaciones resulta interesante explorar cómo ha evolucionado el 15M, contrastando los resultados obtenidos en otros estudios, como el de la UOC (Redes, Movimientos y Tecnopolítica, 2014). Además, introducir nuevas variables así como el estudio de los nuevos movimientos, colectivos y partidos surgidos alrededor del 15M será necesario para un análisis exhaustivo de la evolución del 15M.

Concretamente, resulta interesante estudiar los nuevos fenómenos políticos de gran calado, como el caso de Podemos o Guanyem Barcelona. Estos recientes ejemplos que despiertan el asombro y la crítica de muchos (pero sobre todo el apoyo de un sector afín al 15M), utilizan estratégicamente ya no solo los medios sociales más convencionales (tienen una extensa red en Twitter formada por nodos territoriales que, por cierto, recuerdan a los nodos de Democracia Real Ya, la plataforma convocante del 15M). También se organizan, se comunican y se informan transmediáticamente. Su relato se expande constantemente a través de nuevos medios, plataformas y entornos. Ejemplo de ello son Plaza Podemos (un espacio de deliberación masiva donde tienen lugar las “ruedas de masas”), Agora Voting (un sistema de voto cifrado móvil), DemocracyOS (para realizar enmiendas a documentos de consenso) o los numerosos grupos de WhatsApp y Telegram (para coordinar campañas mediáticas).

Bibliografía

- 15mpedia (2014). #15M. Recuperado de <http://wiki.15m.cc/wiki/15m>.
- Autoconsulta.org (octubre 2014). Mutaciones, Proyecciones, Alternativas y Confluencias 15M. Autoconsulta.org. Recuperado de <http://autoconsulta.org/mutaciones.php>.
- Barriblog (19 mayo 2011). Del 15-M a la acampada de Sol. Recuperado de <http://www.barriblog.com/2011/05/del-15-m-a-la-acampada-de-sol/>.
- Castañeda, E. (2012). The Indignados of Spain: A Precedent to Occupy Wall Street. *Social Movement Studies*, 11 (3-4), 309-319.
- CNMC (2014). *Informe Anual 2014*. Recuperado de <http://data.cnmc.es/>.
- ComScore (6 julio 2011). El tiempo en la Red crece en España un 17% en mayo, influido por los acontecimientos nacionales e internacionales. Recuperado de <http://www.comscore.com/es/Insights/Press-Releases/2011/7/comScore-Releases-Overview-of-European-Internet-Usage-for-May-2011>.
- El País* (18 mayo 2013). El 15-M mantiene la simpatía ciudadana dos años después. Recuperado de http://politica.elpais.com/politica/2013/05/18/actualidad/1368894896_892384.html.
- Fernandez-Planells, A. (en prensa). Trust in media among 15M activists: Exploring the association between media exposure and trust in news.
- Fernandez-Planells A., Figueras-Maz M. y Feixa, C. (2014). Communication among young people in the #spanishrevolution. Uses of online-offline tools to obtain information about the #acampadabcn. *New Media & Society*. Doi: 10.1177/1461444814530097.
- Hermida, J. (2013). #Journalism. Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, 1(3), 295-313.
- Iab Spain Research (2011). III Estudio sobre redes sociales en Internet. Recuperado de <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/04/III-Estudio-sobre-redes-sociales-en-Internet.pdf>.
- Iab Spain Research (2013). IV Estudio anual Redes Sociales. Recuperado de <http://www.iabspain.net/redes-sociales/>.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Linares-Lanzman, J. y Pérez-Altale, L. (2015). Usos de Twitter durante el 15M. El caso de la prensa catalana. *Sur Le Journalisme*.
- Lunt, P., Kaun, A., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Stark, B. y Van Zoonen, L. (2013). The mediation of civic participation: Diverse forms of political agency in a multimedia age. En N. Carpentier, K. C. Schröder y L. Hallett (Eds.), *Audience Transformations. Shifting Audience Positions in Late Modernity* (pp. 142-156). New York: Routledge.
- Monterde, A. y Postill, J. (2013). Mobile ensembles: the uses of mobile phones for social protests by Spain's Indignados. En G. Goggin y L. Hjorth (Eds.), *Routledge Companion to Mobile Media* (pp. 429-438). New York: Routledge.
- Peña-López, I., Congosto, M. y Aragón, P. (2013). Spanish Indignados and the Evolution of 15M: Towards Networked Para-Institutions. *Big Data: Challenges and Opportunities. 9th International Conference on Internet, Law and Politics* (pp. 359-386). Barcelona, 25-26 de junio. Barcelona: UOC-Huygens.
- Redes, Movimientos y Tecnopolítica (2014). Un 80% de las personas participantes en la #Encuesta15M2014 cree que el 15M se ha transformado. Recuperado de <http://tecnopolitica.net/node/97>.
- RTVE (6 junio 2011). Más de seis millones de españoles han participado en el Movimiento 15M. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20110806/mas-seis-millones-espanoles-han-participado-movimiento-15m/452598.shtml>.

Agradecimientos

Este trabajo forma parte del proyecto “Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística” (CSO2012-39518-C04-02) Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Biografía

Ariadna Fernández Planells es licenciada en Periodismo. Actualmente combina la docencia con la investigación. Es profesora en la Universitat Pompeu Fabra [UPF] donde imparte asignaturas el Grado de Periodismo. También participa como profesora en diferentes másters y postgrados. Su principal línea de investigación se centra en la juventud y en la comunicación, especialmente en red. Forma parte del Grupo de Investigación 'Comunicación, Publicidad y Sociedad' en la UPF y de DatAnalysis15M en la Universitat Oberta de Catalunya. Ha sido investigadora visitante en varias universidades de Perú y en la Cardiff School of Journalism, Media & Cultural Studies en Gales.

Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación, C/Roc Boronat, 138, 08018, Barcelona, <http://orcid.org/0000-0003-4600-9345>. España. Correo electrónico: ariadna.fernandez@upf.edu.

Juan Linares es licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universitat de Barcelona y máster en Estudios Avanzados en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra [UPF]. Forma parte del grupo de investigación DigiDoc en la UPF y de DatAnalysis15M en la Universitat Oberta de Catalunya. Actualmente prepara su tesis doctoral sobre el movimiento del 15M y los flujos de información en Twitter.

Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación, C/Roc Boronat, 138, 08018, Barcelona, España, <http://orcid.org/0000-0002-2704-5351>. Correo electrónico: juan.linares@upf.edu.

Apoderament online. El moviment intersexual i les plataformes virtuals com a mètode de lluita

Online empowerment. The intersex movement and the virtual platforms as a method of struggle

Laia Pitarch Centelles, Universitat Jaume I

Resumen

El movimiento intersexual tiene su origen en la década de los noventa. La globalización y las nuevas tecnologías han permitido la creación de plataformas virtuales que pretenden reforzar, canalizar e informar sobre la intersexualidad. Mediante una metodología de análisis comparativo y bibliográfico, nos centraremos en ISNA (Intersex Society of North America), OII (Organization Intersex International) y BLO (Bodies Like Ours) para tratar la intersexualidad desde una óptica global a nivel de contenido y de espacio.

La comunicación está estructurada en cuatro apartados: una breve introducción a la intersexualidad; un recorrido sobre el origen del movimiento intersexual, tratando de responder el por qué surge y qué pretende; el análisis comparativo de las tres organizaciones, fijándonos en las características, herramientas y métodos de transmisión de la información, así como la relación con el activismo político intersexual; por último, las conclusiones basadas en la relevancia de este movimiento social.

Con todo, buscamos responder si las plataformas online han hecho más visible o simplemente más accesible la intersexualidad; si sus acciones repercuten en el mundo *offline* o se quedan en el olvido *online*; y si nuestra sociedad actual mantiene una actitud estigmatizada o tolerante hacia la intersexualidad, tratando de contribuir al estudio de la intersexualidad, hacerla más visible y difundir sus demandas.

Palabras clave

Intersexualidad; movimiento intersexual; plataformas virtuales; activismo cibernético; derechos humanos.

Abstract

The intersex movement has its origins in the nineties. Globalization and new technologies have enabled the creation of online platforms that aim to reinforce, streamline and report on intersexuality. Using a methodology of webpage and bibliographic comparative analysis, we are going to focus on ISNA (Intersex Society of North America), OII (Organization Intersex International) and BLO (Bodies Like Ours), due to their treatment of intersex from a global perspective in terms of content and space.

The paper is structured in four sections: a brief introduction to intersex; a review of the origin of the intersex movement, trying to answer why it emerged and what its aims are; a comparative analysis of the three organizations by looking at the features, tools and methods of transmission of information, and the relationship with intersex political activism; and, finally, the conclusions based on the relevance of this social movement.

Overall, we seek to answer whether online platforms have made intersex more visible or more accessible to people; whether their actions have effects in the offline world or they rather stay in the online forgetfulness; and whether our society has a

stigmatized or tolerant attitude towards intersexuality. Our goal is to try to contribute to the study of intersexuality, making it more visible and helping spread its demands.

Keywords

Intersexuality; intersex movement; online platforms; cyberactivism; human rights.

Introducció: un breu recorregut històric

“Sóc i em sent com un monstre” és l’afirmació que es fan molts intersexes sobre si mateixos. Durant l’Edat Mitjana i fins ben entrat el segle XVII, l’hermafroditisme s’entenia com una monstruositat en què es mesclaven els dos sexes. El seu origen estava en les relacions que havien mantingut amb Satanàs i com a conseqüència, acabarien sent executats o cremats. Per a Michael Foucault, el monstre era la violació de les lleis socials i naturals. Les idees il·lustrades configuraren un altra concepció de l’hermafrodita, al que ja no se’l condemnava per les característiques del cos sinó per les actituds considerades immorals: l’homosexualitat (Foucault, 2001).

La investigació mèdica del segle XIX considerà que l’hermafrodita era aquell individu amb característiques pròpies del sexe masculí i femení. El sistema de classificació hormonal originat per Klebs en 1876 els definiria com individus amb presència de teixit ovàric i testicular momentani sense tenir en compte la configuració externa. El concepte intersexe sorgí als anys 30 del segle XX, per tal de referir-se a aquelles persones amb una “anomalia” en els òrgans sexuals que no encaixaven en el prototip femení, ni en el masculí. L’anestèsia, el desenvolupament de la biomedicina i l’avanç de la cirurgia promogueren les primers operacions de canvi de sexe per adequar l’aparença física als aspectes psicosocials (Cabral i Benzur, 2005).

Les primeres tècniques i protocols fixats per transformar físicament els cossos intersexe es van desenvolupar a la Johns Hopkins University de Baltimore entre els anys 20 i 30 a càrrec de Hugh Hampton Young (Chase, 2005). Cap a la dècada dels 50 es desenvolupà una nova teoria que requeia en la ràpida construcció, als bebès, d’uns òrgans sexuals normatius. El temps era crucial perquè l’infant no tingués memòria de l’operació i es criaria segons un dels sexes predominants. Per tal de ratificar-ho científicament, es van crear els protocols mèdics de John Money i Lawson Wilkins, que ràpidament es van estendre pels EUA i també internacionalment. En l’actualitat hi ha una continuació d’aquests protocols essent la identificació d’un bebè intersexe una emergència psicosocial en la qual actuen cirurgians i endocrinòlegs (Gregori, 2006).

1. El moviment polític intersexual

Les primeres organitzacions de persones intersexe van ser creades per pares amb fills amb una síndrome concreta. El 1987 es creà la Turner Syndrome Society (TSSUS); el 1988 l'Androgen Insensitivity Syndrome Support Group (AISSG), des del qual aconseguirien una major profunditat vaginal en les tècniques quirúrgiques i diverses investigacions sobre l'osteoporosi, malaltia que els afecta especialment; i el 1989 sorgí la K.S. and Associates, basada en la síndrome de Klinefelter i que encara dona suport a un miler de famílies. En cap cas tenien una actitud d'acció política, més bé són entitats per informar i donar suport. Cal destacar que la majoria s'originaren en el món anglosaxó i mai no s'han qüestionat la identitat de gènere ni l'orientació sexual.

El moviment polític intersexual es desenvolupà a través de la Intersex Society of North America (ISNA). La seua influència deu part a les primeres agrupacions de síndromes específiques però sobretot als grups transsexuals d'acció directa. Cheryl Chase, la fundadora de ISNA, tenia com a objectiu contradir políticament els protocols mèdics en els bebès intersexe i la visualització de les síndromes. Hermaphrodites with Attitude, un grup conscienciat políticament en relació al dret del cos, van fer piquet a la reunió anual de la American Academy of Pediatrics a Boston el 1996, convertint-se en el primer exemple registrat de protesta pública intersexe de la història actual (Chase, 2005). Com a aliats, va comptar amb el grup d'acció directa Transsexual Menace i fins i tot la contestació estava influenciada pel moviment transsexual, ja que el 1992 a Sant Francisco la Transgender Nation va protestar en contra de la categorització psiquiàtrica de la transsexualitat davant l'edifici on es realitzava la convenció anual de l'American Psychiatric Association. La transsexualitat i la intersexualitat s'unien en la crítica política des de la reclama per a la justícia social (Chase, 2005).

Davant la protesta intersexual, l'American Academy of Pediatrics enviaria un comunicat de premsa amb el que explicaria què: *“La Academia está profundamente preocupada por el desarrollo emocional, cognitivo y de la imagen corporal de los intersexuales y cree que una exitosa cirugía genital temprana minimiza estos problemas”* (Chase, 2005). Aquest és un exemple del posicionament majoritari de la comunitat mèdica, que conjuntament amb la quotidianitat dels protocols mèdics dels anys 50 ha estat i és un dels eixos de protesta del moviment intersexe.

El moviment polític intersexual no és un moviment contrari a la psiquiatria, l'endocrinologia, la cirurgia o la urologia pediàtrica; ni està en contra de les famílies

que es veuen urgides a decidir; ni és contrari a les intervencions necessàries justificades des de la medicina. És un moviment d'afirmació de possibilitats no normativitzades de la corporalitat. És una demanda alternativa a la binarietat del sexe/gènere. El moviment polític intersexual és una demanda universal pel respecte a la nostra autonomia: corporal i de decisió; el dret a la identitat i a la memòria; el reconeixement de la llibertat inalienable de les persones per a decidir sobre els nostres cossos (Cabral, 2003).

Amb tot, l'activisme intersexual pretén visualitzar la realitat d'altres formes sexuals més enllà del binomi masculí/femení; acabar amb els tradicionals protocols mèdics de bebès i deixar que siguin aquests, en tot cas, qui decideixen sobre els seus genitals; crear una xarxa de suport i d'informació sobre la intersexualitat; situar la problemàtica a la mateixa alçada que la mutilació genital femenina; acabar amb el silenci i l'estigma cap a la intersexualitat i formar-ne part de l'ideari dels Drets Humans.

2. Plataformes virtuals: una comparativa

Internet, com a font d'informació i expressió, és un dels espais clau de l'activisme en el segle XXI, entés com aquelles veus que són crítiques i presenten alternatives al discurs hegemònic. En el cas particular de l'activisme intersexe, les plataformes *online* asseguren a les persones l'anonimat i la llibertat d'expressió sense estigmes que no troben al món real, establint una comunitat virtual motivada per les mateixes preocupacions i pel suport mutu. El món *online* permet una mobilització directa, ràpida, econòmica i global; a més de ser un element que unifica les persones indistintament de la cultura pròpia i els fixa en una determinada comunitat (Still, 2008). ISNA, Bodies like Ours (BLO) i Organization International des Intersexués (OII) són tres de les plataformes online més rellevants en l'activisme intersexe. Tal com afirma Emi Koyoma, no hi ha un únic cos intersexe sinó una gran varietat de condicions que no tenen res en comú excepte que són *anormals* per a la societat i tenen unes similars experiències mèdiques: la intersexualitat és una identitat (Still, 2008).

Les persones que acudeixen a aquestes plataformes busquen informació i suport. En primer lloc, estan els que volen aprendre qui són i apartar-se del concepte *estrany* imposat per la societat; els pares que pretenen afrontar l'atenció i l'educació dels fills intersexes; personal mèdic afí a les idees de l'activisme polític intersexual i els que busquen informació per deslegitimar les demandes; i investigadors i curiosos que volen entendre aquesta realitat.

ISNA està enfocada als familiars, sobretot pares, d'intersexes. Destaca pel gran recull d'informació canalitzada en diversos apartats: trencant mites, preguntes freqüents, informació específica de cada síndrome i manuals i guies per afrontar la intersexualitat. Aquestes últimes, que estan orientades cap a la comunitat mèdica i als pares, es descarreguen fàcilment des de la seua web en format PDF, permetent l'anonimat i el major coneixement sobre la realitat intersexual: *Clinical Guidelines for the Management of Disorders of Sex Development in Childhood*, 2006; *Handbook for parents*, 2006 i *Teaching Intersex Issues*, 2006.

Un dels conceptes més conflictius que utilitza ISNA és DSD: *Disorders of Sex Development*. El 2006 la Paediatric Endocrine Society i la European Society for Pediatric Endocrinology van acordar usar DSD envers d'hermafrodita, pseudohermafrodita o intersexe en la terminologia clínica (Guntram, 2014), ja que consideraven que el nou concepte no estigmatitzava el pacient. Com a conseqüència, activistes com Morgan Holmes o l'investigador Georgian Davis s'oposaren. Ambdós afirmen que el canvi terminològic respon a un intent de la comunitat mèdica per apoderar-se del cos dels intersexes, de mantenir la seua autoritat contra els crítics¹. Tot i això, ISNA ha respectat l'opinió mèdica i utilitza ambdós termes: DSD i intersexe. Encara que la plataforma ISNA no està activa des del 2008, la seua informació continua estant accessible.

BLO, amb un nom inclusiu, *Bodies Like Ours*, es tracta d'un format de pàgina web amb accés a un fòrum propi. Com el subtítol relata, *intersex support and peer group*, té com a objectiu informar sobre la intersexualitat i donar suport mutu de caràcter grupal. Tal i com s'indica en la part esquerra de la pàgina web, la seua finalitat com a plataforma és la d'educar i informar. En la part superior de la pàgina hi ha cinc pestanyes, de les que cal destacar: *our bodies*, *our lives* i *forums*. Les dues primeres són les més informatives i donen consells sobre aspectes a tenir en compte si s'és intersexe: l'aspiració de ser *normal*, les relacions sexuals, el gènere i els cossos. A més, ambdues porten al davant el terme *our*, el nostre. En segon lloc, un recull d'històries i vivències personals: com a pares, com a persona intersexe no-operada, com a operada i com a parella.

L'apartat més visitat i actiu és el del fòrum. A dia 12 de març del 2015, conté un total de 4236 membres, dels quals 59 en són ben actius. Des del 2001, s'han tractat 3440

¹ Veure <https://oii.org.au/>.

temes de conversa amb un total de 27 956 posts i que van incrementant dia rere dia. La finalitat d'aquest fòrum és aconsellar, compartir experiències pròpies i donar suport mutu, mitjançant un format de pregunta/interacció – resposta. Els vincles que es creen a partir del fòrum suposaran, en paraules del BLO: “*By beginning to discover your history and share it with people who have similar histories, you start to define yourself and be valued by others just as you are*” (BLO). Contar les pròpies experiències és una activitat alliberadora que contribueix a l'apoderament de les persones intersexe. La necessitat o curiositat de conèixer-se en el món *offline* demostra la seguretat en si mateixos i de socialització amb els altres. Un dels conceptes amb el que són més crítics és *normalització*. Des del BLO consideren que l'operació quirúrgica amb finalitat cosmètica d'un infant no és un acte de *normalització*: ells són normals tot i amb uns genitals atípics a la majoria. En definitiva, el fòrum de BLO permet que hi haja un major sentiment de pertinença a una comunitat. Els membres de la comunitat virtual produeixen suport emocional, afinitat i un efectiu activisme que és personalment rendible, però la capacitat transformadora depèn de l'acció i la canalització externa de cada comunitat (Still, 2008).

A l'Estat Espanyol no hi ha una organització, ni plataforma de referència especialitzada en la intersexualitat a nivell general. És una temàtica encara molt silenciada, només rescatada per investigadores com Sílvia García-Dauder o Nuria Gregori Flor, com a part de les agrupacions LGTBI i organismes especialitzats en una síndrome concreta. En aquest últim model d'organització amb plataformes web destaquen: Grupo de Apoyo a favor de las personas afectadas por el Síndrome de Insensibilidad a los Andrógenos y condiciones relacionadas (GRAPSIA) del 2000; la Asociación Hiperplasia Suprarrenal Congénita (AHSC) del 2007; i la Asociación de Apoyo a Mujeres para la Aceptación del síndrome de Rokitansky (AMAR) del 2009.

Tenint en compte aquestes consideracions, trobem OII *para el mundo hispano hablante*, en format bloc i que reuneix textos sobre biopolítica i gènere, també activitats que es duen a terme i monografies sobre la problemàtica². En cap cas hi ha una xarxa de suport o unes guies sobre com s'ha d'assumir la intersexualitat. Pel que fa als col·lectius LGTBI, cal destacar Algarabía, un col·lectiu de Tenerife, que afegeix la intersexualitat com un aspecte més per a la normalització d'altres formes de sexualitat³.

OII, a diferència de les altres agrupacions, és una xarxa global descentralitzada

² Veure <http://intersexualidades.blogspot.com.es/>.

³ Veure <http://www.algarabiatfe.org/>.

d'organitzacions d'intersexes. Està la plataforma de caràcter general i després trobem les referides als continents i a països com França, Uganda o Alemanya. El format de plataforma és igual a totes les webs oficials, en les quals es reuneixen una sèrie de notícies d'arreu del món que tenen la intersexualitat com a tema. Destaca per la petició d'incloure la intersexualitat en els Drets Humans. A més, organitzen reunions anuals per tal de configurar el paper que han de tenir com a activistes i la canalització de noves propostes.

A diferència dels altres portals, la informació la podem trobar en la llengua pròpia del país, així com en xinès mandarí i àrab. Llevat dels intersexes més actius, està definida per a un públic investigador, interessat en la temàtica i en les últimes novetats. Es posiciona obertament contra el terme *Tercer sexe*, ja que consideren que la intersexualitat no necessita tenir una definició legal i la creació d'aquesta categoria els podria suposar un major rebuig social. La seua intenció és que amb el temps no hi haja cap intent d'imposar categories sexuals a ningú però mentrestant, per obligació legal, han d'assumir el sistema sexual binari.

L'11 de març del 2014 es celebrà una sessió de les Nacions Unides sobre Drets Humans que recollia la intersexualitat com a temàtica específica: *Intersex People and Human Rights: Violations, Voices and Visions*. Activistes l'ARC International, Canadian HIV/AIDS Legal Network, El Consorcio Latinoamericano de Trabajo sobre Intersexualidad, Global Action for Trans* Equality (GATE), International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association (ILGA), IntersexUK, Organisation Intersex International Australia i Zwischengeschlecht.org participaren per a discutir sobre mutilacions genitals, tortures, traumes psicològics i la discriminació per la diversitat del cos⁴.

Una altra de les iniciatives de l'OII ha estat crear el Dia de la Consciència Intersexual, el 26 d'Octubre. En aquesta data es produí la primera manifestació intersexual de la història a Boston, el 1996. Des del 2011 i amb el suport de ILGA, es va crear el Fòrum Internacional Intersexual, celebrant-se el primer a Brussel·les, a Estocolm (2012) i a Malta (2013)⁵. També s'organitzaren reunions en l'àmbit continental, com el 8 d'octubre de 2014, quan es celebrà la Trobada Intersexual Europea a Riga, amb la concreció d'identificar objectius i estratègies per advocar per la plena implementació dels Drets Humans, la integritat del cos i l'autodeterminació de les

⁴ Veure <https://oii.org.au/25644/intersex-side-event-un-human-rights-council/>.

⁵ Veure <http://www.ilga-europe.org/>.

persones intersexe a Europa en consonància amb les propostes del Tercer Fòrum Intersexual Internacional. Es va concloure amb quatre aspectes a treballar: desafiar la definició de sexe, considerant que és continu com el gènere; garantir la protecció dels intersexes mitjançant una legislació contrària a la discriminació per característiques sexuals (cromosòmiques, gonadals i anatòmiques); la necessitat que tothom que treballa, educa i conviu amb intersexes ha d'estar instruït sobre la intersexualitat segons els Drets Humans; i que els tractaments mèdics i psicològics no consentits siguin declarats il·legals fins que l'individu tinga consciència per decidir (OII).

ISNA, BLO i OII comparteixen la base ideològica d'oposar-se a les cirurgies cosmètiques però cada plataforma ho fa des d'un angle diferent que permet complementar-se les unes amb les altres. ISNA destaca per la seua qualitat informativa i la creació de guies i manuals per afrontar la intersexualitat amb l'objectiu de posar fi als protocols mèdics tradicionals; BLO crea una xarxa social i comunicativa, on el relat d'experiències té una acció transformadora en els individus i acaba amb l'aïllament i el silenci; i OII, com a coordinadora, informa sobre notícies relacionades, organitza reunions i activitats per organitzar el moviment polític intersexual amb veu pròpia als cinc continents.

La resistència i el contradiscurs del moviment no es poden entendre amb un format tradicional, les pàgines web fan *soroll*. En paraules foucaultianes parlariem d'una resistència transitòria. Com assegura Brian Still, la resistència s'ha de concebre com el procés de fer *soroll* contra el discurs dominant. Cadascú que s'afirma amb aquestes idees plantejarà canvis, tant en el món virtual com en el real (Still, 2008).

Conclusions

Les plataformes virtuals contribueixen a l'apoderament de les persones intersexe. Cada canvi d'actitud i mentalitat produït per les comunitats virtuals, com les de BLO, i la informació que hi ha a la xarxa, suposen una força comuna en la vida *offline*: les peticions des de l'OII a la introducció dels drets dels intersexes com a part dels Drets Humans; els lents canvis en els protocols mèdics i una creixent comunitat mèdica aliada dels activistes gràcies a entitats com el ISNA; els consells i suport mutu entre les persones intersexe, que han resultat ser molt positius per als infants i els adolescents (Brossi, Landa i Ortíz, 2012).

L'activisme polític intersexual no es pot entendre mitjançant unes característiques

de reivindicació tradicional. Les llargues distàncies entre els individus fan d'Internet una eina imprescindible, on desapareix l'estigma i prima l'anonimat. La informació alternativa al discurs mèdic suposa una altra via per a conviure amb la intersexualitat. En l'actualitat al 70% de la població occidental que ha utilitzat la xarxa per a consultar algun aspecte mèdic, les recomanacions o diagnòstics que han llegit els acabarà influenciant en les seues decisions (Still, 2008). Vet ací la importància de les plataformes *online* que, a més, els uneixen davant unes preocupacions i reivindicacions comunes: danys psicològics a causa d'unes operacions quirúrgiques silenciades, les conscients i els tractaments hormonals. Tanmateix, només són uns pocs els més actius en el món *offline* però suficients per a proposar un canvi. En el Tercer Fòrum Intersexe Internacional eren 34 activistes en representació de 30 organitzacions intersexes⁶.

Desapareixen les manifestacions multitudinàries, els escarnis, les concentracions, però predominen el grups minoritaris ben organitzats que canalitzen els seus requeriments directament a través de les institucions polítiques, socials i mèdiques; internacionals, estatals i locals. La resolució 1952 de 2013, *Children's right to physical integrity*, de l'Assemblea Parlamentària del Consell d'Europa aglutina part de les reivindicacions del moviment polític intersexual en el punt 7.1, examinar la prevalença de diferents categories d'operacions no mèdicament justificades i intervencions que afecten a la integritat física i en el 7.2, iniciar mesures de sensibilització enfocades per a cadascuna d'aquestes categories de violació de la integritat física dels nens i que es durà a terme amb la família, la comunitat mèdica, l'escola, comunitats o serveis religiosos (Parliamentary Assembly, 2013).

Com a conseqüència d'aquests grups d'activistes i de les plataformes *online* s'està trencant el silenci envers la intersexualitat. Són nombrosos els articles, investigacions, documentals i pel·lícules que l'expliquen. Podríem definir que aquesta quantitat d'informació és una característica de la societat actual del coneixement. Tot i la quantitat, la intersexualitat continua sent un estigma per a la societat contemporània. Com detalla Fausto-Sterling, la hiperplàsia es pot detectar en els fetus i admet una intervenció prenatal. En un estudi de 176 embarassades amb possibilitat de tenir un bebè amb hiperplàsia, 101 parelles van acceptar el tractament i 3 de les 75 restants van abortar en saber que el fetus tenia la síndrome; en una altra investigació a 38 mares que havien dut a terme aquests tractaments, totes elles van admetre que ho tornarien a fer

⁶ Veure <http://oiiurope.org/>.

(Fausto-Sterling, 2006).

Amb tot, podem afirmar que les plataformes *online* han permès la creació d'unes comunitats virtuals, una major accessibilitat i informació sobre la intersexualitat. La participació *online* ha suposat l'apoderament d'aquells intersexes disposats a enfrontar-se a l'estigma social mitjançant els vincles comunitaris. La culminació de l'apoderament l'observem en els activistes, els quals estan tenint una repercussió en el món *offline*, tot i que la gran massa de la població continua aliena a la problemàtica i a les seues demandes. Malauradament, només hi ha una porció de la societat conscienciada. Mentre continua sent un tema tabú, es continuen realitzant els protocols mèdics similars als de John Money i continua havent-hi un binarisme sexual predominant. La intersexualitat trenca amb els rígids establiments de la teoria sexe/gènere i ens recorda que cal continuar fent *soroll* per a l'establiment d'una societat més igualitària.

Bibliografia

- AHSC. Asociación Hiperplasia Suprarrenal Congénita. Recuperat de <http://hiperplasiasuprarrenalcongenita.org/>.
- AISSG. Androgen Insensitivity Syndrome Support Group. Recuperat de <http://www.aissg.org/>.
- AMAR. Asociación de Apoyo a Mujeres para la Aceptación del síndrome de Rokitansky. Recuperat de <http://www.amar-mrkh.org/>.
- Brossi, L.; Landa, M. I. i Ortíz de Zarate, A. (2012). The Intersex Movement: Empowering Through New Technologies. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(22), 64-75.
- BLO. Bodies like ours. Recuperat de <http://www.bodieslikeours.org/>.
- Cabral, M.; Benzur, G. (2005). Cuando digo intersex. Un diálogo introductorio a la intersexeidad. *Cadernos pagu* (24), 283-304.
- Cabral, M. (2003). Pensar la intersexeidad, hoy. Dins D. Maffia (Comp.), *Sexualidades migrantes: género y transgénero* (pp. 117-126). Buenos Aires: Feminaria Editora.
- Chase, C. (2005). Hermafroditas con actitud: cartografiando la emergencia del activismo político intersexe. Dins C. Romero, S. García i C. Bagueiras (Coords.), *El eje del mal es heterosexual* (pp. 87-103). Madrid: Traficantes de sueños.
- Fausto-Sterling, A. (2006). *Cuerpos sexuados*. Barcelona: Melusina.
- Foucault, M. (2001). *Los anormales*. Madrid: Akal.
- GRAPSIA. Grupo de Apoyo a favor de las personas afectadas por el Síndrome de Insensibilidad a los Andrógenos y condiciones relacionadas. Recuperat de <http://www.grapsia.org/>.
- Gregori, N. (2006). Los cuerpos ficticios de la biomedicina. El proceso de construcción del género en los protocolos médicos de asignación de sexo en bebés intersexees. *AIBR, Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(1), 103-124.
- Guntram, L. (2014). *Ambivalent Ambiguity? A study of how women with 'atypical' sex development make sense of female embodiment*. Linköping: Linköping University.
- ISNA. Intersex Society of North America. Recuperat de <http://www.isna.org/>.

- K.S. and Associates. Recuperat de <http://www.genetic.org/>.
- OII. Organization International des Intersexues. Recuperat de <http://oiiinternational.com/>.
- Parliamentary Assembly (2013). *Children's right to physical integrity*. Recuperat de <http://www.assembly.coe.int/nw/xml/XRef/X2H-Xref-ViewPDF.asp?FileID=20174&lang=en>.
- Still, B. (2008). *Online Intersex Communities: Virtual Neighborhood of Support and Activism*. Amherst, New York: Cambria Press.
- TSSUS. Turner Syndrome Society. Recuperat de <http://www.turnersyndrome.org/>.

Agraïments

A qui em va incitar a escriure, als qui van creure en la proposta i als qui m'heu anat escoltant a mesura que avançava la redacció.

Biografia

Laia Pitarch Centelles (les Useres, 1992) és graduada en Història per la Universitat Autònoma de Barcelona, especialitzada en història de gènere i història social i cultural contemporània. Actualment, estudiant del Màster Interuniversitari en Igualtat i Gènere en l'Àmbit Públic i Privat de la Universitat Jaume I i la Universitat Miguel Hernández sota l'itinerari d'intervenció amb dones víctimes de la violència de gènere. Entre el seu ventall d'interessos es troba la investigació sobre el franquisme i la memòria històrica des d'una perspectiva de gènere, els feminismes, els estudis sobre transgènere i prostitució i la lluita contra la violència de gènere. E-mail: l.p.centelles@gmail.com.

A gender perspective on social media tagging: the case of Twitter hashtags of Gezi Park protests

Una perspectiva de género sobre el tagging en las redes sociales: el caso de los hashtags de Twitter en las protestas del Parque Gezi

Jale Balaban-Salı, Anadolu University
Şeyma Esin Erben, Nişantaşı University

Abstract

Gezi Park Protests are undoubtedly one of those recent mass protests occupying an important place in the global agenda. The protests were initially to oppose the construction of the 19th century Ottoman Artillery Barrack within the area of Gezi Park without reconstruction permit. Upon police's severe intervention to the tens of people keeping cave in the park to save the trees to be cut, the number of those who interacted with each other in social media increased rapidly, turning Gezi Park into a place for contrarian forces to unite. During the protests, all kinds of support, help and cooperation calls are made through social media. The solidarity in Gezi Park became apparent in social media content, showing a general attitude against every kind of discrimination.

In this study, we argue whether the sexist discourse used by the protesters related to Gezi Park Protests has been reconstituted by the Twitter hashtags. The Twitter hashtags such as #kirmizilikadin (lady in red), #gazdanadam (gasman), #direnayol (resist *ayol*), #duranadam (standing man) have been studied, in the context of gender, by the technique of discourse analysis, which is one of the qualitative research methods. People use social tagging with their own words in the way how they conceive the state. The study concludes that the Twitter hashtags on Gezi Park Protests emphasize the power and sovereignty of men while focusing on the appearance and body of women, who are commonly perceived to be an aesthetic object as indicated by the discourse analysis. Hence, this study provides a significant contribution to the field on how the actual attitude against sexual discrimination in Gezi Park Protests was reflected in social tagging.

Keywords

Gender; LGBTI; Gezi Park; Twitter; hashtag; folksonomy.

Resumen

Las protestas del parque de Gezi constituyen una de las protestas masivas con mayor impacto internacional en los últimos años. Las protestas se iniciaron con el fin de frenar la construcción del Barracón de la Artillería Otomana del siglo XIX dentro del área del parque de Gezi sin contar con el permiso de construcción. Tras la fuerte represión a las decenas de personas que se hallaban acampadas en el parque intentando salvar los árboles de ser cortados, el número de personas comunicándose en las redes sociales se incrementó exponencialmente, convirtiendo el parque Gezi en un lugar de unión para las fuerzas antigubernamentales. Durante las protestas, todo tipo de llamamientos de ayuda y cooperación se realiza a través de los medios sociales. La solidaridad en el parque Gezi se hizo visible en el contenido en las redes sociales, mostrando una actitud general contraria a todo tipo de discriminación.

En este estudio se analiza el discurso sexista empleado por los manifestantes en el marco de las protestas del Parque Gezi a través de los hashtags en Twitter, tales como #kirmizilikadin (mujer de rojo), #gazdanadam (el empleado del gas), #direnayol (resiste ayol), #duranadam (hombre de pie), mediante el uso de la técnica del análisis del discurso, uno de los métodos de investigación cualitativa. El tagging expresa la opinión

de las personas con un lenguaje propio e informal. El estudio concluye que los hashtags en Twitter sobre las protestas del parque Gezi enfatizan el poder y dominio de los hombres en cuanto al enfoque sobre la apariencia y cuerpo de la mujer, quien es a menudo percibida como un mero objeto estético, tal como refleja la investigación. En este sentido, el estudio contribuye significativamente a una mayor comprensión sobre cómo la actitud contra la discriminación sexual durante las protestas del parque Gezi fueron reflejadas en el tagging.

Palabras clave

Género; LGBTI; Parque Gezi; Twitter; hashtag; folcsonomía.

Biography

Jale Balaban-Salı graduated from the Faculty of Communication Sciences at Anadolu University in 1995, received her M.A. in 1998 and Ph.D. in 2002 in the field of educational communications and planning from the same university. From 2008-2010 she was a visiting researcher at the Anglia Ruskin University in UK. She is currently works as an associate professor of communication design and management department at Anadolu University in Turkey. She has contributed to several book chapters, published articles in journals, and presented papers at conferences. She has also designed a number of distance education materials. Her research interests include new media research, new media literacy, new communication technologies, quantitative and qualitative methods in communication research. E-mail: jbalaban@anadolu.edu.tr.

Şeyma Esin Erben graduated from the Faculty of Communication at Kocaeli University in 2011, then received her M.A. in 2014 and began Ph.D. in 2014 in the field of communication sciences. She is currently working as a research assistant of communication design department at Faculty of Arts and Design, Nişantaşı University in Turkey. Her research interests lie in the area of new media and blogging. In recent times, she has focused on social media activism. E-mail: esin.erben@gmail.com.

Movilización Política en la Red: estrategias discursivas de Pablo Iglesias en Twitter en la campaña del 25M

Political Mobilization in the network: discursive strategies of Pablo Iglesias on Twitter in the 25M campaign

Celia Berná Sicilia, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)
Helena Martínez Martínez, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)
Beatriz Correyero Ruiz, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)

Resumen

Internet se ha convertido en un canal de difusión de las reivindicaciones ciudadanas hacia la esfera pública. El pluralismo que ofrece la Red de Redes, la generalización del uso de dispositivos móviles y el uso de herramientas gratuitas como Twitter, Facebook o WhatsApp ha propiciado el empoderamiento social. Conscientes de este poder de los ciudadanos, organizaciones, partidos políticos y empresas se han visto obligados a gestionar su comunicación a través de estas plataformas para movilizar a los electores.

Este trabajo pretende observar cómo se han desarrollado llamadas a la movilización social desde un punto de vista eminentemente lingüístico en los mensajes que Pablo Iglesias Turrión, líder de la formación política Podemos, envió a través de una de estas plataformas digitales, Twitter, durante el periodo de campaña de las elecciones europeas de 2014.

A través de una metodología de análisis del discurso, se ha examinado una muestra de 249 tuits extraídos con la aplicación informática *TwapperKeeper*. El corpus se compone de todos los mensajes que fueron publicados por Iglesias en su cuenta personal en Twitter (@Pablo_Iglesias_), desde el inicio de la campaña electoral hasta el día de los comicios (del 9 al 25 de mayo de 2014). Se ha efectuado un estudio cuantitativo y cualitativo centrado en determinar cuáles han sido las estrategias discursivas predominantes destinadas a movilizar a los electores, atendiendo fundamentalmente a los recursos léxico-semánticos, morfosintácticos y pragmáticos desplegados en los mensajes que Iglesias transmitió en esta red social.

Los resultados evidencian que el discurso en Twitter de Pablo Iglesias durante el periodo de campaña se construye en gran medida como una llamada a la participación social y como una apelación directa a la implicación política de la ciudadanía. La construcción del discurso movilizador se desarrolla a través de distintos mecanismos lingüísticos como la configuración del relato en primera o segunda persona del plural, la utilización de modalidades imperativas y estructuras apelativas o el recurrente uso de consignas políticas a través de hashtags.

Palabras clave

Análisis del discurso; ciberactivismo; Pablo Iglesias; Twitter; movilización; campaña electoral.

Abstract

Internet has become a broadcast channel of citizen claims into the public sphere. Pluralism offered by the Network of Networks, the widespread use of mobile devices and use free tools like Twitter, Facebook or WhatsApp has favored the social empowerment. Aware of the power of citizens, organizations, political parties and companies have been forced to manage their communication through these platforms to mobilize voters.

This work aims to observe how they have developed the calls for the social mobilization from a point of view eminently linguistically in the messages that Pablo Iglesias Turrión, leader of the political party Podemos, sent through one of these digital platforms, Twitter, during the campaign for the European elections in 2014.

Through a discourse analysis methodology, it has been examined a sample of 249 tweets extracted with the TwapperKeeper computer application. The corpus consists of all messages that were posted by Iglesias on his personal Twitter account (@Pablo_Iglesias_), since the start of the political campaign until Election Day (from 9 to 25 May 2014). It has been completed a quantitative and qualitative study focused on determining which dominant discursive strategies were applied to mobilize voters, mainly in response to the lexical-semantic, morphosyntactic and pragmatic resources deployed in the messages transmitted by Iglesias in this social network.

The results show that the Pablo Iglesias discourse on Twitter during the campaign built largely as a call to social participation and as a direct appeal to the political involvement of citizens. The construction of the mobilizing discourse develops through different linguistic mechanisms such as setting the story in first or second person plural, the use of mandatory terms and appellative structures or recurrent use of political slogans through hashtags.

Keywords

Discourse analysis; cyberactivism; Pablo Iglesias; Twitter; mobilization; political campaigns.

Introducción

La irrupción de Podemos en el panorama político español y el éxito alcanzado por este partido en las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 ha propiciado la proliferación de diferentes análisis que, desde el ámbito científico y académico, tratan de desentrañar las claves que han convertido a esta formación en la tercera fuerza política de España, según la última encuesta de noviembre del CIS (2014). La buena gestión de las redes sociales y la utilización de recursos a la vanguardia en el ámbito de la comunicación política han sido señaladas como algunos de los elementos responsables de los buenos resultados cosechados en la captación del voto.

A través de una metodología de análisis del discurso, este estudio se centra en determinar cuáles fueron las estrategias lingüístico-discursivas predominantes en los mensajes que el líder de Podemos, Pablo Iglesias Turrión, lanzó a través de su cuenta en Twitter con objeto de movilizar a los electores desde el inicio de la campaña electoral europea hasta el día de los comicios (del 9 al 25 de mayo de 2014). Se ha examinado una muestra de 249 tuits atendiendo a los recursos léxico-semánticos, morfosintácticos y pragmáticos predominantemente desplegados en esta red social mediante un análisis cuantitativo y cualitativo.

Los resultados del análisis revelan que, para movilizar a los electores, Iglesias

empleó en su discurso algunas técnicas lingüísticas preferentes como la selección de tres campos semánticos prioritarios (política, economía y emoción), la utilización de un antagonismo pronunciado protagonizado por la oposición “ellos-nosotros” o la construcción de un discurso inclusivo apoyado en la primera persona del plural y salpicado con constantes llamadas a la implicación ciudadana, lo que evidencia que los microdiscursos que Podemos lanzó a través de esta red social poseían gran coherencia interna y constituyeron una herramienta fundamental para la participación y el activismo político en esta formación.

1. Movilización y participación ciudadana: la comunicación política en la Red

La movilización política es un proceso mediante el cual se estimula a la ciudadanía a involucrarse en el sistema político, ya sea individualmente o por medio de organizaciones. Es una forma de inclusionismo en los procesos políticos a la vez que un modo de intervencionismo cuando se produce una demanda de acción en los actores. Algunos movimientos sociales generados en un clima de desafección política y descontento social en España, Hong Kong o Grecia han constituido un cauce para las reivindicaciones de una ciudadanía cada vez más consciente del contexto global en el que nos encontramos. Estos movimientos sociales han tenido un denominador común: el uso de las redes como espacio para la expresión de la protesta y la movilización social, así como para la generación de comunidades que posibilitan la apertura de vías de comunicación abiertas y horizontales.

En este sentido, puede considerarse que Internet, las redes sociales y las aplicaciones móviles han revolucionado la manera de hacer comunicación política y la forma de relacionarnos, de organizarnos, de movilizarnos, de informarnos y han facilitado la apertura a nuevos espacios de flujos de información en los que, a través de la conversación y el diálogo, se favorece la participación y capacidad de influencia del usuario en el debate público: “De la misma manera que no se entiende la revolución francesa sin Gutenberg, no se entiende el 15M o la Primavera árabe sin Internet y las redes sociales” (Escolar, 2014: 9).

En este contexto, Twitter se ha convertido en un instrumento de indudable eficacia para la movilización ciudadana, ya que, en esta red social, como señala López García (2014), “es más factible encontrarnos con unas estructuras discursivas de carácter

razonablemente más abierto, pensadas para obtener un impacto e influencia no solo entre los afines, sino también entre la ciudadanía en su conjunto”. Conscientes de la eficacia que esta red social de microblogging puede tener en la difusión social de los mensajes, desde el ámbito político se han comenzado a explorar las posibilidades que un canal de estas características puede ofrecer en las estrategias de comunicación política, especialmente en periodos de campaña electoral (Criado, Martínez-Fuentes y Silván, 2012; Fernández, 2012; Deltell, Claes y Osteso, 2013; Zamora y Zurutuza, 2014).

Sin embargo, las formaciones políticas aún presentan dificultades ante el desafío de la comunicación en los entornos digitales, pues todavía no manejan el lenguaje de los nuevos espacios de comunicación en las redes sociales. Es necesario abordar un planteamiento comunicativo estratégico en el que se persiga el establecimiento del diálogo y la conexión segmentada con el ciudadano-votante: “El acceso de los políticos a las redes sociales debe ser transparente, sincero, convencidos de su utilidad, buscando una participación abierta con los ciudadanos, y no ser olvidado tras la celebración de las elecciones” (Martín Granados, 2014). En este sentido, en este nuevo escenario se exige, asimismo, la reorganización del diálogo político: “Estamos ante un nuevo modelo de hacer política: dar primero la palabra antes de pedir el voto” (Gutiérrez-Rubí, 2014: 14).

2. El discurso al servicio de la ideología política

La importancia de la utilización de los nuevos canales de comunicación en el ámbito político en entornos digitales va ligada a la relevancia que adquiere el discurso en este contexto. Al hilo de esta cuestión, algunos autores como Francisco Javier Pérez Latre (2010: 55), consideran que las redes están permitiendo volver a la cultura de la palabra escrita en la medida en que los nuevos medios y la tecnopolítica se sustentan en el debate.

Así, si hay algún elemento clave en la difusión de las ideas políticas, este es el discurso. La ideología es la principal fuente que dota de contenido al mensaje político y se define como el “sistema de creencias” compartido por los miembros de una colectividad de actores sociales que tiene el poder de controlar y organizar otras creencias socialmente compartidas de menor relevancia (Van Dijk, 2005: 290). El lenguaje, por su parte, constituye una de las principales interfaces a través de las cuales se trasladan y vehiculan las ideas políticas y, por ello, desde los inicios de la práctica política, el lenguaje ha sido el arma principal que los políticos han usado para persuadir

a los ciudadanos por su capacidad para condensar las ideas y las propuestas que querían trasladarles.

En el contexto de una sociedad globalizada y dominada por el auge de las nuevas tecnologías, la política se ha visto obligada a replantearse las formas de construir y de difundir sus ideas a través del discurso (Rubio, 2007), pues estas han de ser bien comunicadas y transferidas a la sociedad especialmente ante la crisis de credibilidad (Candón y Márquez, 2014) y de representatividad política que ha generado un clima de desafección general hacia los líderes o los representantes políticos y de despolitización y desideologización (Fair, 2012): “Para gobernar bien, primero necesitas comunicar bien lo que más tarde debes gestionar bien” (Carrillo, 2012: 34).

La activación de estrategias discursivas de carácter eminentemente lingüístico como el empleo del lenguaje metafórico o de la ironía (Fajardo, 2012; Cuvardic, 2004; Alcaide-Lara, 2004) o la utilización de la fuerza persuasiva de la emoción para conmover y movilizar a los electores ha propiciado la modificación en el tipo de argumentación político-discursiva utilizada de modo prioritario para convencer a la ciudadanía. Así, según parece observarse, se ha producido en los procesos de persuasión política una evolución desde el *logos* hacia el *pathos* como dispositivo argumentativo preferente y, de este modo, los elementos protagónicos de la vida política han pasado a ser “el poder de los votos y la seducción, relegando a un segundo plano la fuerza de la razón” (Rubio, 2007: 194).

El giro del discurso político también es resaltado por el director de campaña de Podemos en las elecciones europeas, Iñigo Errejón, quien hace hincapié en la importancia de la emoción a través del discurso y en la capacidad de generar identificación, inclusividad e inspiración en el ejercicio de la política: “La democracia deliberativa parte de que el debate político no tiene que ver con adjudicar racionalmente los recursos, sean económicos o simbólicos. Hay una parte fundamental de representación y de identificación con alguien que dice lo que yo pienso, que siente como yo, que me eriza la piel y me hace sentir que formo parte de algo” (2014: 43).

3. Metodología y caso de estudio

3.1 Metodología

Este estudio se centra en determinar cuáles fueron las estrategias lingüístico-discursivas predominantes destinadas a movilizar a los electores en los mensajes que

Pablo Iglesias Turrión, líder de la formación política Podemos, lanzó a la ciudadanía a través de Twitter en las elecciones europeas de 2014, a través de una metodología de análisis del discurso. Se ha examinado una muestra de 249 tuits atendiendo a los recursos léxico-semánticos, morfosintácticos y pragmáticos predominantemente desplegados en esta red social, mediante un análisis cuantitativo y cualitativo. El corpus se compone de todos los mensajes que fueron publicados por Iglesias en su cuenta personal (@Pablo_Iglesias_), desde el inicio de la campaña electoral hasta el día de los comicios (del 9 al 25 de mayo de 2014) y han sido extraídos gracias a la aplicación informática *TwapperKeeper*. Los resultados han sido procesados estadísticamente a través del software de explotación estadística para las ciencias sociales IBM SPSS Statistics v. 20.

A través del análisis léxico-semántico, se delimitan los campos semánticos prioritariamente activados dado que el léxico constituye el componente más obvio y fructífero del análisis del discurso (Van Dijk, 1999) y se revela como factor muy relevante que orienta y modela la argumentación, y se determina la incidencia del lenguaje metafórico y connotativo, la utilización de consignas políticas y la presencia en el discurso de antónimos y expresiones antitéticas y de contraste. Para el procesamiento de las unidades léxicas empleadas en el discurso del líder de Podemos, se ha empleado, asimismo, la herramienta cuantitativa *Textalyser*.

Mediante el análisis morfosintáctico se detecta la incidencia del uso de pronombres personales y adjetivos determinativos. Asimismo, se atenderá a la frecuencia de estructuras repetitivas, que ayudan en la fijación del mensaje, y al empleo de los tiempos verbales, que sitúan la acción en un contexto determinado.

Finalmente, en el análisis pragmático, se presta atención al uso de recursos apelativos, que indica la configuración de un discurso movilizador y de tendencia implicativa. También se atiende al empleo de los deícticos, que funcionan como mecanismo de anclaje del mensaje en el contexto, y a la modalidad enunciativa, pues permite identificar la posición del hablante frente al enunciado. Para completar este apartado del análisis, estableceremos si hay ironía y humor en el discurso, componentes de gran poder persuasivo en la argumentación política.

3.2 Caso de estudio

Podemos nació en el panorama político español en enero de 2014 y es una formación que, en su manifiesto de presentación, ya dejó claro que venía a recoger el

testigo del movimiento 15M. Al frente de esta nueva “iniciativa ciudadana”, como se definió en un primer momento, figuraba un amplio abanico de intelectuales y personalidades del activismo social y político de nuestro país. Su portavoz era Pablo Iglesias Turrión, un profesor de ciencias políticas de la Universidad Complutense de Madrid.

Con una campaña “expres”, pero magistralmente organizada, que apenas duró 140 días, Podemos fue la gran sorpresa en las elecciones europeas del mayo de 2014 al conseguir 1,2 millones de votos y cinco eurodiputados. Se convertía, entonces, en el cuarto partido más votado de España. Gran parte de este éxito electoral se atribuyó precisamente a la buena gestión que el partido hizo de la campaña en las redes sociales, pues Podemos consiguió que sus *hashtags* estuvieran en los primeros puestos de la lista de tendencias en España el día de la votación y, al poco tiempo de iniciarse la carrera electoral, Pablo Iglesias era el político más influyente en Twitter en Europa, según se desprende de un estudio de Burson-Masteller (Gómez y Viejo, 2014).

4. Análisis y discusión

A continuación, mostramos los datos extraídos del análisis cuantitativo y cualitativo llevado a cabo para determinar cuáles fueron las estrategias lingüísticas predominantes desplegadas por Pablo Iglesias en Twitter para construir un mensaje político persuasivo capaz de movilizar a los electores con objeto de mostrar cuáles fueron algunas de las claves de su éxito en la campaña electoral para el Parlamento europeo del 25M. Profundizaremos, como hemos avanzado en la metodología, en primer lugar, en los recursos movilizados pertenecientes al plano semántico para posteriormente detenernos en los recursos gramaticales y pragmáticos.

4.1. Recursos semánticos para la movilización

El análisis de los tuits publicados por el líder de Podemos permite establecer que Pablo Iglesias construyó en Twitter un discurso eminentemente racional y político-económico, aunque lo hizo sin renunciar a una significativa dosis de carga emotiva, pues tres fueron los grandes campos semánticos en torno a los cuales se aglutinaron los ítems léxicos prioritariamente activados para construir su mensaje: emoción, política y economía.

De acuerdo con los datos que proporciona *Textalyser*, los 249 tuits publicados en

la cuenta del líder de Podemos durante la campaña electoral del 25M en 2014 contienen 4515 voces. Excluidas las palabras sin carga léxica, en la muestra analizada, como se evidencia en la Tabla 1, aparecen hasta 118 términos de índole política y económica mientras que la argumentación emocional se sustenta en 79 vocablos, empleados de forma recurrente en la mayor parte de los casos.

Tabla 1. Campos semánticos prioritarios en la muestra analizada

	Sustantivos	Adjetivos	Verbos	Interjección
Emoción	gente (13), ilusión (13) apoyo (6) pasado (5) momentos (6) casa (5), sorpresa (4) futuro (3) ganas (3), compañeros (4) compromiso (3) camino (3), personas (3), esperanza (2), fuerza (2), esfuerso (2), escándalo (2) problemas (2) memoria (2), fábula (2), miedo (2), éxito (2), encuentro (1), empujón (1), desafección (1) vidas (1), realidad (1), sensación (1), dignidad (1), espectáculo (1), honor (1), víctima (1), terrorismo (1), beso (1), matrimonio (1), familia (1), indeseables (1), unidad (1), vergüenza (1), dignidad (1), luchador (1)	juntos (7) genial (3) precioso (2) buena (4) magnífico (2), mala (2), impresionante (2), imparable (2), increíble (2) apasionante (1), orgullosos (1), aburrido (1), inaceptable (1), encantado (1), magnífica (1), fantástico (1), común (1), emotivo (1), agradecido (1), unidos (1), popular (1)	ayudas (7) esperamos (3) dar (5), necesita (2), acércate (2) sentido (2) recordar (2), compartir (2) escuchar (1), gustaba (1), clamaba (1), creer (1), gritaba (1), sentir (1), acompaña (1), promete (1), correspondemos (1), comprender (1)	gracias (18)
Política	campaña (29), acto (24), plaza (16), país (9), gobierno (7), democracia (7), calle (12), política (6) partidos (5), casta (5), transparencia (4), (4), ideas (4), ciudadanía (3), voto (3), debate (5), justicia (3), ciudadanos (3), elecciones (3), anticorrupción (3), colegio (2), cultura (2), candidato (2), resistencia (2), lucha (2), reforma (2), coherencia (2), programa (2), jóvenes (2), ministro (2), pluralidad (2), parlamento (2), candidatura (2), urnas (2), constitución (2), eurodiputados (2), privilegio (2), apoderados (2), bipartidismo (2), derechos (2), corrupción (2), pactos (1), propuestas (1), políticos (1), ley (1), soberanía (1), exiliados (1), pancarta (1), jubilación (1), exilio (1), mafiosos (1), pacto (1), juventud (1), privilegiados (1), políticas (1), propaganda (1), participación (1)	electoral (10) independientes (4), universal (2) soberano (2), pública (2), nacional luchador (1),	votaste (2) representan (2), votar (2), debatir (1), gobernados (1), gobernarán (1)	
Economía	trabajo (6) cuenta (11), créditos (3), pensión (3), trabajador (5), banca (3) cierre (3), dinero (3), maletines (2), presupuesto (4), sobrecostes (2), empleados (2), empleo (2), millones (2), parados (2),	cotizados (2), bancarios (2), rico (1), laborales (1), recorta (1) esquilmar (1)	cobrar (2), pagar (7), gastan (2), roban (2), pagarlo (2), estafan (1), enriqueció (1), defraudó (1), , rescatar (1), ganan (1), inyectar (1) , gastáis (1),	

Fuente: elaboración propia

Dentro de los ítems léxicos políticos utilizados, destacan algunos tecnicismos como “campana”, “acto”, “bipartidismo”, así como otras voces con valor simbólico como “plaza”, “calle” y algunos valores y contravalores como “transparencia”, “pluralidad”, “corrupción”. Los términos económicos, por su parte, se caracterizan por poseer cierta carga negativa, lo que va en sintonía con el mensaje crítico y de denuncia social que adopta Podemos, heredado, en gran medida, del discurso del 15M (“precariedad”, “recortes”, “robar”). Finalmente, las voces emocionales con las que se pretende conmover al auditorio y mostrar un mensaje cercano a la ciudadanía describen sentimientos propios o ajenos (“miedo”, “esperanza”, “desafección”) y de otras que poseen carácter más evocador y son capaces de suscitarlas (“familia”, “víctima”).

Del mismo modo, el análisis semántico también revela que no abunda el estilo metafórico (4,8%) ni el uso de la connotación (24,5%) en los tuits de Pablo Iglesias y que parece primar en los mensajes lanzados a través de la red de microblogging la construcción de un mensaje de corte más bien denotativo y descriptivo que busca sobre todo ofrecer un discurso sencillo e inteligible capaz de llegar a todo tipo de público.

Por el contrario, un recurso más ampliamente explotado en el discurso de Pablo Iglesias es el antagonismo que consiste fundamentalmente en la construcción de un relato donde se representan actores claramente antagónicos en conflicto (D’Adamo y García Beaudoux, 2014). Este dispositivo, de gran efectividad argumentativa, pues, como apunta Carrillo (2014), “el cerebro del ciudadano-votante decide mejor cuando se le dibuja en su memoria el antes y el después, cuando se le da a elegir entre blanco y negro”, se articula a través de diferentes formas, pero existen mecanismos lingüísticos de carácter semántico que inciden y propician la representación del conflicto: el uso de términos antonímicos y el empleo del contraste y la antítesis.

Los datos evidencian que este recurso atraviesa de modo transversal el mensaje que el líder de Podemos traslada a la ciudadanía y, por ello, puede considerarse como una estrategia prioritaria y uno de los ejes esenciales sobre los que se articula la fuerza argumentativa y movilizadora de su discurso político.

La oposición antagónica más visible en los mensajes de Iglesias en Twitter durante la campaña a las elecciones europeas es la que se produce entre “ellos” (los dirigentes políticos y económicos) y “nosotros” (Podemos o Podemos y el pueblo). Hay, dentro del corpus, un 84% de tuits en los que se remite explícita o implícitamente a “ellos”, a “nosotros” o a la oposición “ellos-nosotros”.

De modo más concreto, la mitad de los tuits que conforman la muestra (el 49%)

aluden a un “nosotros”, al héroe colectivo destinado a protagonizar el cambio político que propone Podemos: “Esta noche celebraremos juntos los resultados en la calle Sánchez Bustillo” o “Lo estamos consiguiendo entre todos, el 25 seremos imparables en las urnas”. Además de esos tuits mayoritarios centrados en el “yo colectivo”, la revisión del corpus refleja también la presencia de otros mensajes donde el foco se pone única y exclusivamente en los enemigos (12%), como en “Si las leyes las hacen los mismos que nos roban no nos extrañemos de que la justicia esté siempre de su lado” o en los que se refleja la confrontación de modo explícito entre los dos bandos (23%) “Hoy hace tres años de aquel día en el que se llenaron las plazas y comprendimos que juntos podríamos defender la dignidad que nos estaban robando”.

Por otro lado, con objeto de incrementar los efectos argumentativos del antagonismo ellos-nosotros ampliamente reflejado en los mensajes del corpus también se representan en los tuits de Pablo Iglesias otros pares antonómicos y expresiones antitéticas que refuerzan el contraste y buscan que los electores tomen partido ante los asuntos que se les presentan (Tabla 2).

Tabla 2. Pares antonómicos y expresiones antitéticas y de contraste de la muestra analizada

Pares antonómicos	Expresiones de contraste y antitéticas
“realidades-ficciones”, “miedo-ilusión”, “pasado-futuro”, “esperanza-resignación”, “indignación-cambio político”, “patriotismo-patrimonio”, “viejo-nuevo”	“Mientras reina la corrupción en Valencia, un tribunal valenciano impone un año de cárcel por robar 10 hortalizas”. “Un trabajador necesita más de 35 años cotizados para cobrar la pensión máxima. Los diputados solo 7 años”. “Los directivos mejor pagados del Ibex ganan de media 75 veces más que sus empleados”. “Mientras Rajoy se reunía con defraudadores @ahorapodemos lo hacía con técnicos de hacienda”.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, otra estrategia de carácter semántico orientada muy específicamente a la movilización de los electores es la creación de consignas políticas, con un índice de frecuencia en la muestra del 26,9%. Este tipo de recurso, empleado como mecanismo para quintaesenciar y reforzar el mensaje político y facilitar su memorización, se desarrolla habitualmente a través de *hashtags*, con lo que aumentan exponencialmente las posibilidades de su difusión a través de la red social Twitter. Algunos de los más usuales son “#¡Claro que Podemos!”, “#YovotoPodemos”, “#Podemos25M”, el

#25MPodemos, #SinBancosPodemos, #DifundePodemos, #VotandoPodemos.

4.2. Recursos morfosintácticos para la movilización

El análisis morfosintáctico revela el uso mayoritario de la primera persona del plural, “nosotros” (40%) en los mensajes de Podemos. Este uso de la primera persona del plural refuerza la preponderancia del recurso del antagonismo, recurso que en el discurso de Pablo Iglesias adopta, como hemos visto, el esquema básico “nosotros” vs. “ellos”.

En referencia al empleo de los tiempos verbales, destaca el rasgo de que más del 85% aparecen en presente, lo que muestra la construcción de un mensaje actualizado, centrado en *el ahora*, lo que permite al votante la identificación de la propuesta política con la situación actual.

Finalmente, el uso de algunas estructuras repetitivas se vincula muy especialmente con el uso reiterado de las consignas políticas que aparecen en los *hashtags*: “#AhoraPodemos” (37), “#YoVotoPodemos” (17), “#DifundePodemos” (14), “#VotandoPodemos” (12) y “#SinBancosPodemos” (7). Este dispositivo contribuye a la fijación del discurso de campaña en los electores, se trata de estructuras que poseen un carácter enfatizante que generan un efecto enaltecedor.

4.3. Recursos pragmáticos para la movilización

Del análisis pragmático se desprende, en primer lugar, que la principal intencionalidad del discurso de Pablo Iglesias en esta red social es apelativa. En muestra analizada, aparecen un total de 162 enunciaciones apelativas directas, lo que supone el 65% de los tuits analizados. En este tipo de mensajes, las apelaciones se efectúan bien a través de menciones (41,9%), de vocativos (29,6%) o de imperativos (28,4%). Algunas de estas apelaciones se hacen presentes a través de *hashtags* y la mayoría hacen referencia a la implicación y a la movilización política: “Tuitea, guassapea, pinta pancartas, pega carteles, cuéntaselo a tu familia y amistades”, “Pon ‘podemos’ en tu avatar de twitter para mostrar tu apoyo a nuestra candidatura”.

Por otra parte, por lo que respecta a las modalidades enunciativas predominantes, que evidencian la actitud del hablante, es preciso destacar que la aseveración constituye, el *modus* preferente (52,6%) con enunciados que muestran un estado de cosas y poseen carácter informativo ligado a la argumentación política y económica o al seguimiento de la campaña: “Fomento paga 10 000 millones en sobrecostes en 6 años”; “Mientras reina

la corrupción en Valencia, un tribunal valenciano impone un año de cárcel por robar 10 hortalizas”, etc.

Sin embargo, a pesar de la hegemonía de la enunciación aseverativa, observamos una destacada representación de secuencias imperativas e interrogativas en los mensajes de Pablo Iglesias. Un 36,5% de los tuits contienen este tipo de enunciados que apelan explícitamente a la implicación y a la participación ciudadana o buscan la complicidad con el votante, lo que va en consonancia con la construcción de un mensaje movilizador e inclusivo: “¿Nos ayudas a ser TT?”, “Ayúdanos a ser independientes”, etc.

Asimismo, es relativamente significativa la importancia que ostentan los mensajes exclamativos (10,8%) que contrasta con la ausencia de enunciados dubitativos o desiderativos. Los tuits en los que prevalece la exclamación se asocian con mensajes de ánimo y agradecimientos a los militantes y simpatizantes y se vinculan con la utilización de estrategias emocionales capaces de conmover al auditorio: “#YoVotoPodemos porque el miedo tienen que cambiar de bando, la ilusión ya lo hizo ayer en Sevilla!”, “Ya somos TT ¡Enhorabuena! Vamos a decirlo bien claro!! #YoVotoPodemos”.

Finalmente, dentro del análisis pragmático, la revisión de los tuits también permite dilucidar la relativa frecuencia con que aparecen en el discurso algunos elementos deícticos personales y espacio-temporales (47 ítems) que facilitan la implicación directa del emisor en el aquí y el ahora, al tiempo que revela que los mensajes de Iglesias se construyen en un tono serio donde no abunda ni la ironía ni el humor. Tan solo se han contabilizado 14 ocasiones en las que la estructura discursiva responde a una intención irónica y algunos de estos enunciados tienen carácter interrogativo.

Conclusiones

La política está transitando por nuevos caminos y buena prueba de ello son los resultados electorales cosechados en las elecciones al Parlamento Europeo en España. Este estudio evidencia la utilidad de las redes sociales como herramientas fundamentales para la participación y el activismo político y como canales difusores de un discurso movilizador y lo hace gracias a la profundización en las estrategias lingüísticas que Pablo Iglesias, líder de Podemos, empleó de forma prioritaria en la red social Twitter durante el periodo de campaña para movilizar a los electores, pues

algunas de ellas fueron claves para conseguir el éxito de esta formación en las elecciones europeas de 2014.

La revisión de los 249 tuits publicados por Iglesias apunta al empleo de dispositivos semánticos, morfosintácticos y pragmáticos de naturaleza heterogénea, que, interrelacionados entre sí en el discurso del líder de Podemos, buscan lograr la efectividad argumentativa, atraer a los electores e integrarles en su proyecto político.

El análisis de las estrategias semánticas desvela que los mecanismos prioritarios en los mensajes de Pablo Iglesias en Twitter fueron la articulación discursiva en torno a tres polos semánticos (política, economía y emoción), la utilización de consignas y el empleo del antagonismo, desarrollado en el ámbito lingüístico en los tuits de Podemos a través del empleo de oposiciones antonímicas, antitéticas y de contraste y, más concretamente, mediante la oposición “ellos-nosotros” hallada en buena parte de la muestra analizada.

Los resultados del análisis de los dispositivos morfosintácticos apuntan a que los tuits de campaña, gracias al amplio predominio de la primera persona del plural, facilitaron la construcción de un discurso inclusivo, en el que el ciudadano-votante se presentaba como partícipe del proyecto político. La persuasión y movilización de los electores no solo fue propiciada a través de este mecanismo, sino también a través de otros dispositivos gramaticales como el uso preferente de los verbos en presente, con objeto de proyectar un mensaje centrado en el “ahora” para la identificación de la propuesta política con la situación política actual, y el empleo de estructuras repetitivas y, en particular, de las consignas políticas a través de *hashtags*, para fijar y enaltecer el mensaje electoral.

Finalmente, el análisis de las estrategias pragmáticas revela también que se han articulado diversos mecanismos orientados específicamente a la movilización de la ciudadanía. De acuerdo con los datos, la principal intencionalidad del discurso de Pablo Iglesias en esta red social es apelativa, ya que la mayoría de los tuits piden explícitamente la implicación y la movilización política de los electores a través de menciones, vocativos o estructuras imperativas. Además, la revisión de las estrategias pragmáticas evidencia, a su vez, una hegemonía de la enunciación aseverativa, pero con importante presencia de secuencias imperativas e interrogativas en los tuits del líder de Podemos que buscan también la implicación y la participación ciudadana, al tiempo que muestra una significativa incidencia de los déicticos como elementos clave en la construcción de un mensaje cercano y próximo a las necesidades de la ciudadanía.

Bibliografía

- Alcaide-Lara, E. (2004). La ironía, recurso argumentativo en el discurso político. *RILCE: Revista de filología hispánica*, 169-189.
- Candón, L. y Márquez, C.D. (2014). El discurso político y su reflejo en los medios: la credibilidad en tiempos de crisis (2008-2011). *Historia y comunicación social*, 19, 129-137.
- Carrillo, F. (2014). La estrategia de comunicación, ¿clave del éxito de Podemos? En J. Müller (Coord.), *#Podemos. Deconstruyendo A Pablo Iglesias*. Bilbao, España: Deusto.
- Carrillo, F. (2012). La construcción del discurso político en los municipios: claves para conectar con el ciudadano. *Más poder local*, 9, 34-35.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2014). Estudio nº 3045. *Barómetro de noviembre*. Recuperado de http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3040_3059/3045/es3045mar.pdf.
- Criado, J.I.; Martínez-Fuentes, G. y Silván, A. (2012). Social Media for Political Campaigning. The Use of Twitter by Spanish Mayors in 2011 Local Elections. En C.G. Reddick y S. K. Aikins (Eds.), *Web 2.0 Technologies and Democratic Governance* (pp. 219-232). New York: Springer.
- Cuvaric, D. (2004). La metáfora en el discurso político. *Reflexiones*, 83, 61-72.
- D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2014). El relato como estrategia de comunicación política: tramas, fases y funciones. Comunicación presentada en el *III Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña organizado por la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE)*. Del 24 al 27 de septiembre de 2014, Santiago de Compostela, España. Recuperado de <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/683-F541964ca6831410950346-ponencia-1.pdf>.
- Deltell, L., Claes, F., y Osteso, J.M. (2013). Predicción de tendencia política por Twitter: Elecciones Andaluzas 2012. *Ámbitos*, 22. Recuperado de <http://ambitoscomunicacion.com/2013/prediccion-de-tendencia-politica-por-twitter-elecciones-andaluzas-2012/>.
- Errejón, I. (2014). Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: hegemonía y disidencia. *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 11, 17-46.
- Escolar, I. (2014). Un pequeño mapa de los grandes cambios. En A. Gutiérrez-Rubí, *Tecnopolítica*. Recuperado de <http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>.
- Fair, H. (2012). El discurso político de la antipolítica. *Razón y Palabra*, 80. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/22_Fair_V80.pdf.
- Fajardo, L.A. (2012). Aproximación a la incidencia de la metáfora en el discurso político -Discurso del poder. *Cuadernos de lingüística hispánica*, 19, 113-130.
- Fernández, C. (2012). Twitter y la ciberpolítica. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 5(1), 9-24.
- Gómez, L. y Viejo, M (2014). Las redes de arrastre de Podemos. *El País* (28 de mayo de 2014). Recuperado de http://politica.elpais.com/politica/2014/05/28/actualidad/1401305050_166293.htm l.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica: El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas*. Recuperado de <http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>.

- López García, G. (2014). Estrategias de movilización política de los partidos para un público desmotivado: Internet y las Elecciones Europeas de 2014. En *Actas del III Congreso Internacional en comunicación política y estrategias de campaña*. Santiago de Compostela. 24-27 de septiembre. Recuperado de <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/486-F541fbf924861411366802-ponencia-1.pdf>.
- Martín Granados, I. (2012). Los desafíos de la comunicación, los nuevos retos de la política. *Campaigns & Elections*, nº mayo-junio. Ed. Latinoamérica.
- Pérez Latre, F. J. (2010). Las nuevas redes sociales ¿moda o revolución?. *Nuestro Tiempo*, enero-febrero. Universidad de Navarra.
- Rubio, R. (2007). La nueva comunicación política: lenguaje, 'blogs', 'videoblogs' y comunidades sociales. *Cuadernos de pensamiento político FAES*, 15, 193-212.
- Van Dijk, T.A. (1999). *Ideología. Un enfoque multidisciplinario*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T.A. (2005). Discurso, conocimiento e ideología. Reformulación de viejas cuestiones y propuesta de algunas soluciones nuevas. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 10, 285-318.
- Zamora, R. y Zurutuza, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the "Personal Style" Campaign to Activate the Political Engagement During the 2011 Spanish General Elections. *Communication & Society*, 27(1), 83-106.

Biografía

Beatriz Correyero Ruiz (Cáceres, 1973) es Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y Especialista en Producción Radiofónica (UCM). Sus investigaciones se centran en el periodismo y las nuevas tecnologías, la comunicación radiofónica y la propaganda de Estado a través del turismo. Actualmente es Vicedecana del Grado en Periodismo en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) y profesora de las asignaturas Taller de Periodismo Multimedia, Información en radio y Reportajes y Entrevistas. Asimismo imparte la materia de Publicidad y Relaciones Públicas en el Grado en Turismo de la UCAM y es miembro del grupo de investigación "Digitalac" (UCAM). Correo electrónico: bcorreyero@ucam.edu.

Celia Berná Sicilia (Murcia, 1980) es Doctora Europea en Filología Hispánica por la Universidad de Murcia y Licenciada en Periodismo por la Universidad de Murcia. Sus ámbitos de interés investigador se centran, además de en el estudio de la incidencia que las interacciones entre léxico, sintaxis y semántica pueden tener en el desarrollo de la competencia comunicativa, en el análisis de los factores que inciden en la comunicación en distintos tipos de discurso y, especialmente, en los discursos periodístico y político. Ha desarrollado su actividad docente e investigadora en distintos centros universitarios nacionales e internacionales, como la Universidad de La Sorbona (París IV), la Universidad de Zúrich (Suiza), la Universidad de Leipzig (Alemania) y la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). Actualmente, es profesora en la Universidad Católica San Antonio de Murcia en las titulaciones de Comunicación, Turismo y Educación Infantil y Primaria. Correo electrónico: cberna@ucam.edu.

Helena Martínez (Murcia, 1989) es Doctoranda en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM), Master Oficial en Dirección de Comunicación y Licenciada en Periodismo. Sus ámbitos de interés investigador se centran en la comunicación estratégica, política e institucional, los movimientos sociales y el ciberactivismo y la identidad y el discurso. Ha colaborado en

diferentes proyectos de investigación, con estancias en el Departamento di Sociologia e Ricerca Sociale, Università degli Studi di Trento, y en el Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT), Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT). Actualmente desarrolla su actividad docente e investigadora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia y es miembro del grupo de investigación en “Comunicación, Política e Imagen”. Correo electrónico: hmmartinez@ucam.edu.

Anàlisi comparada de l'ús de Twitter entre entitats del Moviment per la Pau colombianes i catalanes

Comparative Analysis of Twitter Usage of the Colombian and Catalan Peace Movements

Laia Montoliu i Riu, Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

La llegada de Internet supuso un primer reto comunicativo para las entidades del Movimiento por la Paz: crear su propio espacio en la red, su página web. Con la irrupción de la web 2.0 y las redes sociales comerciales se han encontrado con un segundo reto comunicativo: tener y mantener un perfil en las redes sociales. El objetivo de esta investigación es conocer y comparar la actividad en Twitter de entidades de paz colombianas y catalanas, por lo tanto entidades que conviven y que no conviven, respectivamente, con un conflicto armado.

Esta investigación parte de la concepción de la comunicación para la transformación y el cambio social. Así, se entiende que desde el movimiento por la paz se tiene que apostar por una comunicación inclusiva, horizontal y participativa. Se ha utilizado una metodología mixta cuantitativa, análisis de contenido de perfiles y publicaciones en Twitter, y cualitativa, entrevistas a responsables de comunicación de entidades y expertos.

Los resultados apuntan a que las entidades han entrado de forma mayoritaria en Twitter entre 2010 (Colombia) y 2011 (Catalunya), en algunas entidades ha habido ciertas reticencias ante el uso de esta red social, pero esto no ha sido impedimento para abrir el perfil. En ambos contextos usan Twitter sobre todo para la difusión de informaciones afines a sus intereses, más que para conocer qué interesa a la ciudadanía o hacer llamadas a la acción. Cabe subrayar que en el caso colombiano el tema que predomina es el propio conflicto y que la evolución del mismo marca el tempo de la actividad en la red. Entre las propuestas destacan: a) el uso de Twitter para escuchar las necesidades y las inquietudes de las personas, y b) mostrar cómo se puede llevar a cabo la acción no violenta en la red.

Palabras clave

Movimiento por la Paz; Redes Sociales; Twitter; Comunicación para la Paz; Comunicación y cambio social.

Abstract

The arrival of the Internet was an early communication challenge for the Peace Movement organizations: they needed to create their own communicative spaces on the Web, including their own websites. With the emergence of Web 2.0 and Commercial Social Media, the Peace Movement organizations encountered a second communication challenge: to create and maintain a profile on these social media platforms. The objective of this study is to understand and compare how these organizations, one in a context of armed conflict – Colombia – and another in an unarmed context – Catalunya – have developed their strategy on Twitter.

This analysis begins with a concept of communication for transformation and social change. Thus, Peace Movements need to work with an inclusive, horizontal, and participatory communication. This research is based on a mixed quantitative methodology, content analysis of the profiles and publications on Twitter, and qualitative techniques, including interviews with media chiefs and heads of

communication for the organizations.

The results suggest that the majority of relevant organizations began using Twitter between 2010 (Colombia) and 2011 (Catalunya), and in some cases there has been some reluctance to use this network. However, this reluctance has not been a barrier to open a Twitter account. In both contexts, Twitter is mainly used to disseminate information related to the organization's interests, rather than to learn about what interests the public, or to make calls for action. The results also suggest that in the Colombian case, the main topic is their own conflict, and the evolution of that conflict marks the pace of their Twitter activity. The main proposals are: a) to use Twitter to listen to the needs and concerns of the people, and b) to show how nonviolent action can also take place in the net.

Keywords

Peace Movement; Social Network; Twitter; Peace Communication; Communication and Social Change.

Introducció

Internet ha plantejat un seguit de reptes per a la comunicació de les institucions, tant públiques com privades, lucratives i no lucratives. Les entitats del moviment per la pau no han estat una excepció. En un primer moment van crear una pàgina web, que n'ha esdevingut el principal espai comunicatiu. Hi ha dos factors que han marcat l'evolució del fenomen: la web 2.0 i la penetració d'Internet. L'adveniment de la web 2.0 (O'Reilly i Battelle, 2005), ha suposat l'auge de plataformes per a crear contingut i compartir-lo i fomentar les converses entre els usuaris. La penetració d'Internet i de les xarxes socials comercials a àmplies capes de la societat –a Colòmbia el nombre d'usuaris d'Internet per cada cent persones passen de 36,5 el 2010 a 51,7 el 2013 i a Espanya del 65,8 al 71,6 (Banc Mundial, 2015)– ha suposat per a les entitats un segon repte comunicatiu: tenir i mantenir un perfil en les principals xarxes socials comercials, entre les que destaca Twitter com a vuitena pàgina web (Alexa Global Rank, 2015).

Amb aquesta recerca es pretén conèixer com ha estat aquesta entrada a Twitter d'entitats del moviment per la pau colombià i català. Així, a través d'una anàlisi comparativa dels dos contextos es pretén: 1) analitzar l'activitat i el comportament a la xarxa social; 2) comparar els dos escenaris per veure com el context influencia la comunicació; i, 3) dibuixar propostes per tal que l'activitat a Twitter adopti els principis de la comunicació per al canvi social.

1. Marc Teòric

1.1 Antecedents

S'identifiquen, principalment, antecedents de dos tipus: recerques sobre xarxes

socials i investigacions basades en la comunicació institucional d'entitats no lucratives. Twitter, ofereix un banc de dades per a investigacions de diferents disciplines i des de diferents enfocaments. Se'n distingeixen sobre moviments polítics i socials, com la primavera àrab (Hermida, Lewis i Zamith, 2014); sobre usos específics i reputació *online* (Colapinto i Benecchi, 2014); sobre l'espai urbà i la influència en la vida pública (Wessel, Ziemkiewicz i Sauda, 2015); sobre el posicionament polític i la influència del periodisme polític (Mourão, 2014; Gruzd i Roy, 2014); sobre comunicació i periodisme (Quintas, González i Díaz, 2015; Sprenger, Sandner, Tumasjan i Welppe, 2014; Rudat i Buder, 2015); i, sobre l'ús, el funcionament i l'anàlisi de Twitter (Edwards, Spenceb i Sheltonc, 2013; Grahama, Halea i Gaffneya, 2014; Holmberg i Thelwall, 2014).

Entre les recerques sobre comunicació d'entitats no lucratives destaquen les aproximacions des del màrqueting i la comunicació estratègica (Balas, 2011), anàlisis dels programes de comunicació per la pau de les entitats (Fernández, De Miguel i Santolino, 2011), estudis de cas d'experiències comunicatives per a la construcció de pau (Rodríguez, 2001), i de comunicació participativa i de mitjans alternatius (Cadavid i Gumucio, 2014), i centrades en l'ús de les xarxes socials per part d'ONGD catalanes (Iranzo i Farné, 2014).

1.2 Comunicació per a la transformació i el canvi social

En aquesta recerca s'entén que la comunicació institucional de les entitats del moviment per la pau ha de tenir-se dels principis de la comunicació per a la transformació i el canvi social, és a dir, convertir-se en una comunicació que es basi en el procés, més que en el producte, que sigui estratègica, que tingui en compte l'altre, que es basi en l'experiència i que sigui participativa, inclusiva i horitzontal (Martín-Barbero, 2001 i 2002; Gumucio, 2007, 2012; Burgui i Erro, 2010; Cadavid i Pereira, 2011; Martínez i Sierra, 2012). Una comunicació que reuneixi les cinc condicions que Alfonso Gumucio (2012) assenyala com a indispensables perquè es consideri comunicació per al canvi social: participació i apropiació, pertinença cultural i lingüística, continguts locals, tecnologia adequada i que es desenvolupi en xarxa, que no sigui un procés aïllat. És important que aquesta perspectiva sigui transversal en tota l'entitat, perquè sinó

En la medida en que sigamos asumiendo el clásico rol de emisoras, de poseedoras de la verdad que dictamos esa verdad a los que 'no saben'; en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya 'digeridas' en la mente de nuestros destinatarios, por liberadores y progresistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos tributarios de una

comunicación autoritaria, vertical, unidireccional. (Kaplún, 1987: 26)

2. Metodologia

La investigació combina metodologia quantitativa, l'anàlisi de contingut, i qualitativa, entrevistes en profunditat. Els usuaris a Twitter de sis entitats colombianes i cinc catalanes són la mostra de l'anàlisi de contingut¹. Les dades que s'han analitzat són: elements descriptius (nom d'usuari, biografia, icona i capçalera); nombre de seguidors i nombre de perfils seguits; i, totes les publicacions disponibles, tant tuits com retuits, fins el 20 de novembre del 2012, que sumen 11 007². La fitxa d'anàlisi conté cinc aspectes: a) descriptiu, que mostra com es presenta l'entitat a la xarxa social; b) temporal, que indica la vitalitat del perfil; c) de contingut, que cartografia els focus d'interès de l'entitat; d) d'interacció, que mesura la relació que es crea amb la resta d'usuaris de la xarxa; i, e) varietat d'autors, que visualitza la pluralitat de veus que empara la institució.

Les entrevistes han tingut lloc a Londres, en juliol de 2014, a Colòmbia, (Barranquilla i Bogotà), en setembre de 2014, i a Barcelona, en gener de 2015. En tots casos s'ha entrevistat a responsables de comunicació d'entitats, quatre a Colòmbia i quatre a Barcelona, i a experts en comunicació i Internet, quatre a Colòmbia, una a Londres i dues a Barcelona.

3. Resultats

3.1 Entitats del moviment per la pau colombiana

3.1.1 Com són els perfils

Les entitats colombianes obren un perfil a Twitter entre els anys 2009 i 2012, essent l'any 2010 quan se n'obren més. A l'hora d'escollir un nom d'usuari a Twitter opten perquè sigui el més semblant possible al de l'entitat. Així, hi ha casos en els que es manté el nom complet, com @VerdadAbierta, o bé les sigles com es coneix l'entitat, com @MoviceCol, i fins i tot quan el nom de l'entitat és molt llarg s'opta per les paraules clau, per exemple Asamblea Permanente de la Sociedad Civil por la Paz adopta @asambleapaz. En els 160 caràcters que la xarxa social destina a la presentació dels usuaris, normalment apareix una breu descripció de l'entitat i dels seus objectius i com a ubicació, pràcticament tots els casos, opten per Colòmbia i la pàgina web de l'entitat.

¹ La mostra està configurada pels següents usuaris de Twitter: @IpoColombia, @asambleapaz, @Movicecol, @pazdesdelabase, @PrensaCyCxaPaz, @VerdadAbierta, colombians, i els catalans @FundiPau, @CentreDelas, @ICIPeace, @TaulaColombia i @unipaustc.

²Quan s'ha requerit una anàlisi manual de les dades s'ha treballat amb una submostra.

Els elements gràfics personalitzats són la fotografia del perfil i el fons. En el primer cas la primera opció és el logotip de l'entitat, encara que també hi ha fotografies o cartells reivindicatius. Pel que fa al fons, quan es personalitza, es fa amb el logotip de l'entitat.

3.1.2 Com són d'actius a la xarxa

Des de l'obertura del primer perfil, el 2009, la suma de les publicacions –tuits i retuits– dels perfils analitzats s'ha incrementat de forma sostinguda. El mes de setembre del 2012 és quan han publicat més, arribant a les 542 entrades. Si s'observa quan es publica, es piulen més de dues vegades i mitja més en dia feiner que en cap de setmana.

Els usuaris analitzats s'han classificat segons la intensitat, el nombre de publicacions mensuals i la tendència entre el 2009 i el 2012. Segons la intensitat s'identifiquen tres usuaris que publiquen contínuament, dos que ho fan de forma puntual i un que ho fa intermitentment. Tenint en compte el nombre d'entrades al mes, la meitat dels perfils presenten una activitat mitjana, és a dir que publiquen de 30 a 89 tuits per mes, i l'altra meitat en publiquen menys, per tant són d'activitat baixa. Finalment, segons la tendència el 50% augmenta el nombre de tuits i retuits i el 50% el disminueix.

3.1.3 De què parlen

L'actualitat colombiana, el conflicte i les seves derivades són el tema principal entre els tuits analitzats i suposa un 77,46%. Les iniciatives de la societat civil i el propi moviment per la pau centren el 13,77% de les entrades, un 4,24% posen l'accent en la comunicació i el periodisme, un 3,18% en la construcció de pau i la resolució de conflictes, i l'1,36% restant tracta altres temes.

L'ús d'etiquetes, o *hashtags*, està en el 30,31% dels tuits. Entre les etiquetes més usades destaca #paz, #Comuna13, #JusticiayPaz, #Reclutamentoilegal, #yosoyradiodh, #PapeldelosMedios o #Marchapatriotica.

El 62,93% dels tuits analitzats tenen una adreça URL. El tipus d'URL majoritària és l'escurçada en un 79,58% dels enllaços, sobretot a través de Bitly³, el 14,66% són adreces que no han estat modificades i el 5,76% són tuits on hi ha més d'un enllaç. Entre les URL que no han estat modificades s'identifiquen enllaços a mitjans de comunicació (45,90%), xarxes socials (26,23%), entitats (26,23%) i blocs sobre pau (1,64%).

³Veure: <https://bitly.com>.

3.1.4 A qui interpel·len

La primera proposta d'interacció entre els usuaris de Twitter és l'opció de fer-se seguidor d'un usuari. Els perfils mostren tant el número de seguidors que té un determinat usuari, els *followers*, com el nombre de perfils seguits per l'usuari, *following*. Entre els usuaris colombians s'observa una distància important entre el nombre de *followers* i de *following*, durant el període del 20 d'abril al 20 de novembre de 2012. El quocient està entre el 0,02 i el 0,03.

La interacció també s'ha analitzat a partir de la intencionalitat predominant en els tuits. La principal és la recomanació de contingut (45,99%), en segon lloc posicionaments de l'entitat respecte alguna qüestió (13,46%), en tercer lloc retransmissió d'una activitat (11,35%), cites directes (9,68%) i només en un 6,35% dels casos hi ha interpel·lacions directes a través de propostes d'activitats. La resta no arriben al 5%.

3.1.5 A quines veus emparen

Twitter permet a través del retuit amplificar missatges d'altres usuaris, eina que fa que aparegui contingut signat per altres usuaris publicat en el propi perfil. De totes les piulades de la mostra colombiana, el retuit suposa el 14,22% dels casos i fins i tot hi ha un perfil d'usuari que no en fa cap. En pràcticament tot el període analitzat, el nombre de tuits signats pel propi subjecte ha estat superior al dels signats per altres autors.

Entre els usuaris identificats es pot distingir perfils d'entitats, suposen el 53,92% dels autors i el 91,71% dels tuits, que s'inclouen els del propi subjecte, i la resta de tuits corresponen a perfils personals. Només en un cas són majoria els tuits signats per un usuari personal. La majoria dels usuaris són de Colòmbia.

Analitzant les biografies dels perfils d'entitats, en primer lloc un 40% dels usuaris són mitjans de comunicació (suposen el 44,75 % dels tuits), un 23,64 % són col·lectius (53,58% dels tuits), un 21,82 % d'ONG (1,03% dels tuits) i la resta no representen ni el 5% dels autors.

Entre els perfils personals es distingeixen en primer lloc amb un 31,91% periodistes i comunicòlegs (15,08% dels tuits), un 17,02% d'activistes (55,87% dels tuits), un 12,77% de persones vinculades a la política (7,82% dels tuits), i un 6,38% a la investigació (2,51% dels tuits) i a la cultura (2,79% dels tuits), també hi ha 2,13% de vinculades al subjecte (0,56% dels tuits), i en la resta de casos no s'especifica.

3.2 Entitats del moviment per la pau català

3.2.1 Com són els perfils

Les entitats de la mostra catalana entren a Twitter entre el 2009 i el 2012, essent el 2011 quan s'obren més perfils. Les entitats escullen sigles o acrònims de l'entitat com a nom d'usuari a Twitter. Tot i això, en pràcticament tots els casos el mot pau es manté i fins i tot un usuari el té en anglès, és el cas de l'Institut Català Internacional per la Pau que el seu usuari és @ICIPeace. També hi ha dos usuaris que varien de nom entre el mes d'abril i de novembre de l'any 2012. En les descripcions s'opta per explicar els objectius de l'entitat i en cas de supraentitats, qui les forma. En aquest punt també s'observa l'ús de més d'una llengua: català, espanyol i anglès. La ubicació indicada és la pàgina web i el municipi o Catalunya. Pel que fa als elements gràfics, la imatge de perfil i el fons, els usuaris catalans opten pel logotip com a imatge i no personalitzen el fons.

3.2.2 Com són d'actius a la xarxa

Des de 2009 la suma de tuits i retuits dels usuaris de la mostra catalana creix fins al 2011, arribant a les 595 piulades durant el mes de juliol. En canvi a partir de 2012 el nombre d'entrades decreix. Si s'observa quan es publica, de dilluns a divendres gairebé es publiquen cinc vegades més tuits que al cap de setmana.

Com en el cas colombià, els usuaris analitzats s'han classificat segons la intensitat, el nombre de publicacions mensuals i la tendència entre el 2009 i el 2012. Així, en primer lloc s'identifiquen tres perfils on es publica de forma contínua, i un de forma intermitent i puntual. Tenint en compte el nombre d'entrades al mes, hi ha dos perfils d'activitat alta, dos de baixa i un de mitjana. Finalment, segons la tendència, hi ha tres perfils que disminueixen el nombre de publicacions, un que l'augmenta i un que el manté.

3.2.3 De què parlen

Entre els tuits de la mostra catalana hi ha força diversitat temàtica. Entre aquesta diversitat es distingeix: seguretat, defensa i armament com a tema predominant en el 29,89% dels tuits analitzats; el segueixen les entrades sobre moviment per la pau i societat civil que es troben en el 15,33%; tuits centrats amb la pau, la construcció de pau i la resolució de conflictes suposen el 12,11%; la cooperació, desenvolupament i desigualtats predominen en un 12%, conflictes armats i la violència explícita estan en el

9,56% de les entrades; i els drets humans i drets civils el 5%. Finalment, destaca un 4,44% d'entrades centrades en el cas colombià.

En més de la meitat de les entrades hi ha *hashtags*, concretament en el 51,33% dels tuits analitzats. Entre les etiquetes més usades destaquen les referents al tractat mundial d'armes, #Armstreaty i #tratadoarm, sobre defensa, com #ladefensateniaunprecio o #retallemLaDespesaMilitar, i activitats de les entitats, com #unipau2012 o #premi #Soacha #ICIP #Colombia.

Pràcticament set de cada deu entrades conté una adreça URL. Entre les adreces web més usades destaquen els enllaços escurçats amb un 54,86%, seguides per un 43,7% d'adreces no modificades i en un 1,44% hi ha més d'una URL en el mateix tuit. Entre les adreces no modificades s'identifiquen enllaços a entitats en un 43,8% dels casos, a mitjans de comunicació en un 43,07%, a xarxes socials en un 9,85 % i a blocs 3,28%.

3.2.4 A qui interpel·len

Tant el número de seguidors com el d'usuaris seguits per part de la mostra augmenten en el període analitzat, segons les dades recollides el dia 20 de cada mes entre l'abril i el novembre de 2012. Pel que fa el quocient entre el número de *followers* i de *following*, és manté entre un 0,53 i un 0,60 durant aquest període. Per tant, augmenten de forma paral·lela el nombre de seguidors i de perfils seguits per part dels usuaris analitzats. Pel que fa a la intencionalitat predominant entre els tuits analitzats, destaquen en primer lloc entrades que recomanen contingut (amb un 48%), en segon lloc retransmissió d'activitat (amb un 21%), en tercer lloc apareixen les propostes d'activitats que interpel·len directament als usuaris (amb un 12%), seguides per posicionaments de l'entitat (amb un 6,89% dels casos) i la resta d'entrades no arriben al 5%.

3.2.5 A quines veus emparen

En el cas català gairebé sis de cada deu entrades són retuits (el 58,56%). Entre els usuaris analitzats n'hi ha que ho fan de forma constant i altres que ho fan en moments determinats. Tot i que són majoritaris els períodes on hi ha més entrades signades pel propi subjecte, hi ha dos períodes on pràcticament totes les entrades són signades per altres.

Entre els usuaris identificats s'observen perfils d'entitats i personals. Els primers suposen el 52,05% dels usuaris i el 75,47% dels tuits i els segons la resta. La majoria

d'autors provenen de Catalunya.

Entre els usuaris “entitats”, segons les seves biografies, destaquen en primer lloc els col·lectius (suposen un 33,71% dels usuaris entitat i signen un 17,53% dels tuits), en segon lloc les ONG (un 29,21% dels usuaris i un 46,86% dels tuits), en tercer lloc els mitjans de comunicació (un 19,10% dels usuaris i l'11,66% dels tuits), en quart lloc institucions governamentals (un 5,62% dels usuaris i el 18,59% dels tuits), en cinquè lloc entitats culturals (un 4,49% d'usuaris i un 2,97 % dels tuits) i finalment, de recerca (un 4,49% d'usuaris i un 2,19 % dels tuits).

Pel que fa als perfils personals, segons les seves biografies, s'identifiquen en primer lloc perfils d'activistes (suposen un 35,37% dels usuaris personals i signen un 37,61% dels tuits), en segon lloc periodistes i comunicòlegs (un 23,17% dels usuaris i un 8,04% dels tuits), en tercer lloc perfils de persones vinculades a l'entitat que s'ha analitzat (un 8,54% dels usuari i un 36,09% dels tuits), en quart lloc perfils del món de la cultura (un 8,54 % dels usuaris i un 1,96% dels tuits) i en cinquè a la recerca (un 7,32% dels usuaris i un 9,13% dels tuits).

4. Discussió

En aquest punt es portarà a terme la comparació entre els dos contextos seguint l'estructura del punt anterior. Així, en primer lloc, es tractaran els elements descriptius. Tant en el context colombià com en el català els elements descriptius dels perfils a Twitter s'usen per parlar de l'entitat en general, és a dir, no s'especifica la finalitat del canal. Tot i això, amb les entrevistes s'ha constatat que les entitats fan un ús diferenciat de Twitter respecte altres canals de comunicació digital de l'entitat, com poden ser la web o la pàgina a Facebook.

En el context colombià hi ha una major personalització dels aspectes gràfics que ofereix la xarxa social, mentre que en el cas català hi ha una major diversitat lingüística entre les biografies i els noms. El primer es pot deure al fet que les entitats colombianes tenen una major experiència en la xarxa social, ja que van obrir els perfils un any abans que les catalanes. I el segon, al fet que el català és una llengua minoritària i a la voluntat internacionalista de les entitats de la mostra. La majoria de les entitats analitzades de l'escenari colombià obren el seu perfil a Twitter un any abans que les catalanes. En l'escenari colombià hi ha un creixement sostingut del nombre de publicacions durant el període analitzat, mentre que en el cas català el creixement va ser molt important durant

l'any 2011, quan s'incorporen la majoria d'entitats. Tendència aquesta que es modera l'any següent. Tot i que durant l'any 2011 el nombre de publicacions des de Catalunya superen el nombre de les que arriben des de Colòmbia, aquesta tendència s'inverteix en el període analitzat de l'any 2012, coincidint amb l'inici de les negociacions entre el govern de Santos i les FARC. En comparar el nombre total de tuits publicats per dia entre cada context, destaca com des de Catalunya es publica més entre dilluns i divendres que en cap de setmana.

El tema principal dels tuits és el que més diferencia ambdós contextos. Mentre en el cas colombià gairebé vuit de cada deu piulades és sobre el propi context, en el català hi ha una major diversitat, d'entre les que sobresurt la seguretat, el militarisme i l'armamentisme. Coincideixen en tots dos casos però, la presència de tuits sobre el moviment per la pau i altres expressions de la societat civil.

El nombre de seguidors en tots dos contextos augmenten per sobre del 50% durant el període analitzat i és superior el nombre de *followers* que el de perfils seguits pels usuaris. Aquesta distància però, és molt més important en el cas colombià, amb un quocient d'entre un 0,02 i un 0,03, que en el català, on oscil·la entre el 0,53 i el 0,60. Entre la mostra catalana destaca un usuari, Taula Catalana per la Pau i els Drets Humans a Colòmbia, que és la que presenta un nombre més similar de *followers* i *following*, ja que l'entitat usa Twitter per a informar-se sobre l'actualitat colombiana i sobretot conèixer quin impacte tenen les informacions que arriben, tant per correu electrònic com per Twitter, a Colòmbia, segons entrevista amb la responsable de l'entitat.

No s'observen diferències destacables entre les intencionalitats dels tuits dels dos contextos. En tots dos casos s'usa principalment Twitter per a recomanar un determinat contingut, normalment notícies o articles d'opinió publicats a Internet. També tenen cert pes els tuits on es retransmet una activitat portada a terme generalment pel subjecte, com una conferència o una marxa, i el posicionament de l'entitat davant d'un fet determinat. Pel que fa als tuits que interpel·len directament als usuaris, destaquen les propostes d'activitats, com ara convidar a assistir a una conferència, i les crides a l'acció virtual, com signar una petició *online*.

Per a acabar aquest punt, destaca que hi ha un major ús del retuit en el cas català que en el colombià, fet que es tradueix en una major varietat d'autors presents en el seu perfil. Aquesta tendència però, es capgira en el període del 20 d'agost al 20 de setembre de 2012, coincidint amb l'inici de les converses de pau entre el govern colombià i la guerrilla de les FARC.

En tots dos casos hi ha una presència similar de perfils personals i d'entitats, però aquests últims són els responsables de la majoria de les entrades. Entre les entitats destaquen, en tots dos casos, els de col·lectius, les ONG i els mitjans de comunicació. Els perfils personals més presents són els de periodistes i activistes en tots dos casos. En el cas colombià destaquen els polítics i vinculats amb l'entitat en el català. En tots dos casos sobretot es retuitegen perfils del mateix indret.

5. Conclusions i propostes

L'entrada de les entitats del moviment per la pau a Twitter és una realitat, tant en el context català com en el colombià. En ambdós contextos hi ha entitats que han mostrat reticències a l'hora d'usar aquesta eina. En el context armat, per motius de seguretat i en el no armat, per motius ideològics. En tots dos casos però, aquestes reticències no han significat no entrar a Twitter.

Les entrevistes amb experts han coincidit en la potencialitat de Twitter com a eina per a escoltar la societat, conèixer millor la ciutadania i poder connectar millor amb les seves necessitats, demandes i aspiracions. En el cas català, durant el 15M es va fer evident que les entitats havien deixat de ser els espais on es vehiculaven els neguits i les aspiracions ciutadanes. Va ser un cop d'atenció a les institucions establertes, incloses les ONG, aquestes que haurien de girar el focus cap a la ciutadania. Tot i això, de les entrevistes amb responsables i de l'anàlisi de l'activitat a Twitter es desprèn que l'ús que fan principal de l'eina és la difusió, tant a Colòmbia com a Catalunya.

En el cas colombià destaca que els temes que es tracten es centren en el propi conflicte, denúncies, alertes, actes de suport, memòria del conflicte i desplaçats, entre d'altres. En contextos amb conflicte és important que es sentin diferents veus sobre el conflicte. Per això és valuós que les entitats hagin trobat en la xarxa social un altaveu per aquests continguts. Il·lustra la importància d'aquest fet com des de Catalunya per a fer el seguiment del conflicte colombià s'observa el ressò que ha tingut una determinada informació a Twitter. No obstant, el fet que els tuits només siguin escrits en castellà limita la internacionalització del conflicte. També seria interessant usar Twitter com a eina per crear sinergies amb societat civil no violenta d'altres contextos amb conflicte.

Finalment, entre les propostes que han sorgit de les entrevistes se'n destaca una per tancar l'article: el fet que el moviment per la pau sigui exemplar i exemplificador en les formes a les xarxes socials, així com en el seu moment va mostrar la no violència

com a forma de protesta. En altres paraules, davant d'un conflicte entre usuaris a Twitter, usuaris del moviment per la pau poden intervenir per explicar la complexitat del fenomen i donar veu a les diferents parts implicades, tot això amb l'ús d'un llenguatge respectuós i conciliador.

Bibliografía

- Alexa Global Rank. (2015). *How popular is Twitter.com?* Recuperat de <http://www.alexa.com/siteinfo/twitter.com>.
- Balas, M. (2011). *La gestión de la comunicación en el tercer sector: Cómo mejorar la imagen de las ONG*. Madrid: Fundación ONCE & ESIC.
- Banc Mundial (2015). *Usuarios de Internet (por cada 100 personas)*. Recuperat de <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2/countries?display=defaul>.
- Burgui, T. i Erro, J. (coord.) (2010). *Comunicando para la solidaridad y la cooperación cómo salir de la encrucijada*. Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- Cadavid, A. i Pereira, J.M. (Eds.) (2011). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Bogotá: Ed. Pontificia Universidad Javeriana.
- Cadavid, A. i Gumucio, A. (Eds.) (2014). *Pensar desde la experiencia: Comunicación participativa en el cambio social*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Colapinto, C. i Benecchi, E. (2014). The presentation of celebrity personas in everyday twittering: managing online reputations throughout a communication crisis. *Media Culture Society*, 36(2), 219-233. doi: 10.1177/0163443714526550.
- Edwards, A., Spenceb, P. i Sheltonc, A. (2014). Is that a bot running the social media feed? Testing the differences in perceptions of communication quality for a human agent and a bot agent on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 33, 372–376. doi:10.1016/j.chb.2013.08.013.
- Fernández, A., De Miguel, J. i Santolino, M. (2011). *Comunicación para la paz en el sector de las ONGs catalanas*. Barcelona: Bretxa.
- Grahama, M., Halea, S. i Gaffneya, D. (2014). Where in the World Are You? Geolocation and Language Identification in Twitter. *The Professional Geographer*, 66(4), 568-578. doi: 10.1080/00330124.2014.9076992014
- Gruzd, A. i Roy, J. (2014). Investigating Political Polarization on Twitter: A Canadian Perspective. *Policy & Internet*, 6, 28-45. doi: 10.1002/1944-2866.POI354.
- Gumucio, A. (2007). Tiempo de milagros: Tres retos de la comunicación para el cambio social. Dins Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, *Sin comunicación no hay desarrollo* (pp. 120-134). Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria & Avina.
- Gumucio, A. (2012). Comunicación y cambio social: raíces ideológicas y horizontes teóricos. Dins M. Martínez i F. Sierra (Eds.), *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 25-55). Barcelona: Gedisa.
- Hermida, A., Lewis, S. C. i Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources on Twitter During the Tunisian and Egyptian Revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 479–499. doi: 10.1111/jcc4.12074.
- Holmberg, K. i Thelwall, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communication. *Scientometrics*, 101(2), 1027-1042. doi: 10.1007/s11192-014-

1229-3.

- Iranzo, A. i Farné, A. (2014). Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. *Commons*, 3(2), 28-55.
- Kaplún, M. (1987 1a ed. 1985). *El comunicador popular*. Buenos Aires: Humanitas.
- Martín-Barbero, J. (2001). De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. *Nueva sociedad*, 175, 70-84.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, M. i Sierra, F. (2012). *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Barcelona: Gedisa.
- Mourão, R. (2014). The boys on the timeline: Political journalists' use of Twitter for building interpretive communities. *Journalism*, 6. doi: 10.1177/1464884914552268.
- O'Reilly, T. i Battelle, J. (2005). *What Is Web 2.0*. Recuperat de <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Quintas, N., González i A., Díaz, M. J. (2015). La construcción de la estrategia comunicativa en Twitter de un falso documental Operación Palace. *Revista Latina de comunicación social*, 70(1), 28-48.
- Rodríguez, C. (2001). Sociedad Civil y Medios Ciudadanos: Arquitectos de Paz para el nuevo milenio [The role of community media in war torn societies]. *Revista de Estudios Sociales*, 8, 73-82.
- Rudat, A. i Buder, J. (2015). Making retweeting social: The influence of content and context information on sharing news in Twitter. *Computers in Human Behavior*, 46, 75-84. doi:10.1016/j.chb.2015.01.005.
- Sprenger, T. O., Sandner, P. G., Tumasjan, A. i Welp, I. M. (2014). News or Noise? Using Twitter to Identify and Understand Company-specific News Flow. *Journal of Business Finance & Accounting*, 41, 791-830. doi: 10.1111/jbfa.12086.
- Wessel, G. Ziemkiewicz, C. i Sauda, E. (2015). Revaluating urban space through tweets: An analysis of Twitter-based mobile food vendors and online communication. *New Media & Society*, 14. doi: 10.1177/1461444814567987.

Agraïments

Es vol agrair molt especialment la disponibilitat i l'accessibilitat que han mostrat totes les persones entrevistades així com el finançament de l'Institut Català Internacional per la Pau.

Biografia

Laia Montoliu és doctoranda de la Universitat Autònoma de Barcelona amb una Tesi Doctoral dirigida pel Doctor Pere Oriol Costa i el Doctor Santiago Tejedor. La futura Tesi es titula *El Moviment per la Pau 2.0. Anàlisi dels recursos comunicatius que ofereix Internet per al Moviment per la Pau. Espais de trobada entre Catalunya i Colòmbia*. Per tal de portar a terme aquesta recerca l'autora és beneficiària de l'ajut FI-ICIP de l'Institut Català Internacional de la Pau. Es preveu defensar la Tesi durant l'any 2015.

Tant les principals línies de recerca com l'experiència professional de l'autora s'han centrat des de l'any 2004 en la comunicació digital i la comunicació institucional d'entitats no lucratives. Correu electrònic: laia.montoliu@uab.cat.

The social media use of vegan activists in Turkey *El uso de redes sociales por los activistas veganos en Turquía*

Şeyma Esin Erben, Nişantaşı University
Jale Balaban-Salı, Anadolu University

Abstract

The main purpose of this study is to present the aims of vegan activists to be in social media, their sources of motivation, the tools that they use and how they interact with others. In this context, there took place interviews with vegan activists who personally or collectively work for animal rights and use social media. The received findings from them hold an importance for bringing light on the social media usage habits and aims of the communities whose familiarity are not common and that is – relatively– minority in Turkey.

According to the findings of the interviews, social media is the platform where vegan activists can make their voices heard. If the research participants are not a member of an animal rights group, they use their personal social media accounts, whereas the research participants who are a member of an animal rights group use their group accounts along with their personal social media accounts. In social media, they mostly use blogs and social networks (especially Facebook, Twitter). Major purposes for the research participants' social media usage are to inform other users, to communicate with other vegans, and to announce upcoming activities and protests. In a nutshell, social media are actively used by the research participants to spread vegan movement.

Keywords

Vegan; veganism; animal rights; social media activism.

Resumen

El principal objeto de este estudio es la identificación de los objetivos de los activistas veganos en las redes sociales, sus motivaciones y las herramientas que usan para interactuar con otros. En este marco, se realizaron una serie de entrevistas con activistas veganos que, bien de forma personal o colectiva, trabajan en favor de los derechos de los animales y hacen uso de las redes sociales. Las respuestas de los entrevistados arrojan luz sobre la naturaleza de los hábitos de uso de las plataformas sociales y los objetivos de esta comunidad, relativamente desconocida por tratarse de una minoría en Turquía.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, las redes sociales son una plataforma donde los activistas pueden hacerse oír. Si los participantes del estudio no son miembros de un grupo por la defensa de los derechos de los animales, usan su cuenta personal; en caso contrario, utilizan tanto su cuenta personal como la de la propia organización o grupo del que forman parte. Principalmente, hacen uso de blogs y redes sociales, sobre todo Facebook y Twitter. Sus objetivos más importantes son: informar y comunicarse con otros usuarios, así como anunciar la convocatoria de actividades y protestas.

En resumen, las redes sociales son usadas activamente por los participantes del estudio con el objetivo de dar difusión al movimiento vegano.

Palabras clave

Vegano; veganismo; derechos de los animales; activismo en las redes sociales.

Introduction

With postmodernism, the use of animals for the pleasure and interest of human beings has started to be questioned explicitly. Thus, the kitchen cultures which place animal source foods at their core, the beliefs and laws which conceive animals as properties, the industry that enslaves animals as replaceable objects, have all begun being morally refused and the term “vegan” has become more frequently heard.

Although vegans are commonly defined as people who do not consume animal source foods or animal products, *veganism* is a term that is shaped by diverse paradigms. Despite of the fact that there are vegans who place health and ecology at the heart of this thinking, the principle reason of vegan movement is the argument defending moral responsibility for animals. Vegan movement comprises the actions that make the movement heard as well as the ones that promote, discuss, reconceptualise and popularise it. In contrast to the societies in which vegan product alternatives are easily available, the familiarity of vegan movement in Turkey is limited. Cultural codes and habits, promotion of animal source foods by the health and food industry, the dominant belief system, which adopts the argument that animals are created for human use, play a huge role on this situation.

With respect to animal-related contents, the mainstream media mostly narrates a heroic tale or it adopts a language that affirms the use of animals for entertainment. Vegan movement opens up a new field of activism for itself with the possibilities provided by the new communication technologies, reaching vegan or non-vegan people via different tools.

1. Ethical veganism: Where do animal rights begin?

The word “vegan” is first derived in 1944 from the word “vegetarian” by one of the founders of Vegan Society, Donald Watson, and veganism was justified through ethical concerns for sentient animals (Watson, 1944). Veganism is a social and political movement defending the rejection of the products or ingredients which are produced from animals, and the individuals in this movement are called “vegans”. At this point, it is important not to confuse ethical veganism with those who eat only vegetables for health-related concerns and with those who do not consume animal products for ecological sustainability.

According to Watson (1944), the civilisation, which was built upon the

exploitation of slaves in the past, is now built upon the exploitation of animals. However, before mentioning animal rights, it is necessary not to forget that there is still a discussion about whether those rights exist or not. For Regan (2007), animals have their own rights to life, freedom and bodily privacy, and they care for what they live through and they are the subjects of their own lives, whether humans mind it or not. It is not important if animals are aware of those rights; because the rights of children, mentally disabled people or slaves should be protected by other people. Wagner (2013) discusses how animals can get those rights while they do not conceive themselves as beneficiaries. According to Wagner, in the process of becoming foods, animals are non-animalised and these processes also non-humanise humans. Because these conducts are human-based, they must be stopped.

Adams (2010), who puts forward the relation between animal rights and woman rights in the face of patriarchal ideology, also maintains that the animals on plate are conceived merely as “meat”. Language points out that lamb chops are in the dinner. In reality, it is the baby of a killed sheep. Similarly, every use of animals, with the support of language, turns them into commodities. Regan (2007) holds that the processes which violate animal rights are procedures in which animals are turned into foods, clothes, performers, racers and are instrumentalised.

At this point, it is important to mention the principle of equal consideration that is frequently accented by Francione (2008). According to the principle of equal consideration, it is morally accepted that human beings cannot be regarded as the properties of other human beings. According to the principle of equal consideration for animal rights, the right of possession of animals is put into discussion regarding its moral justification. Francione (2007) defines the concept of right as “simply a way of protecting an interest”. The right to not being a property is one of the fundamental rights. This author maintains that the interests of slaves are protected insofar as it is beneficial for others. However, the first moral step to take must be to give them the right to not being a property and it also applies to animals. According to Francione (2012), the sentience of animals hinder one animal from having a hierarchically higher position than another animal. Singer (2013) also says that everyone experiences pain differently but animals may suffer as well as they can physiologically and physically perceive. On the other hand, Singer’s (2005) idea that an animal who lives without any pain and is killed without suffering can be eaten opens up the doors of speciesism.

According to ethical vegans, the difference regarding intelligence between

humans and non-humans holds no importance (Steiner, 2009). Aside from this view, statistics show the extent of the situation for animals. Heinrich Böll Stiftung Association (2014) provided official and estimated data with Meat Atlas, revealing that each year, 65 billion farm and coop animals and countless marine animals are killed for human consumption. Besides, according to the research conducted by The British Union for the Abolition of Vivisection, globally, each year, an average of 115 million animals are used for animal testing (Taylor, Gordon, Langley and Higgins, 2008: 336). It seems that in the movement for the prosperity for animals, the animal rights laws do nothing other than providing the sustainability of the current system.

Vegans seem to be quite in peace with ecology while they go after their struggle for rights. Vegans are not perfect ecologists. However, according to Marcus (2001: 165-166), vegans take only a small bite from the limited sources of the Earth. If all the human beings in the world became vegans, the sources could enable the products that can entirely feed everyone.

2. Vegan activism in Turkey

Activism is the involved practice and various activities aiming at social, economic, environmental or political change in order to reach certain ends through protests and demonstrations organised by individuals or social groups. An activist is, according to the definition of Andrew X (2005), an expert of social change and is knowledgeable about the struggle for societal change, pioneering to realise this change.

Similar to the other fields of activism, vegan activism is sustained through various actions, such as boycotts or demonstrations. The words of Iacobbo and Iacobbo (2006), “Millions of Americans are vegetarians, but most are not activists”¹, also seem to apply to the ratio of vegan people and vegan activists in Turkey. One of the periods where vegan activism has become crucially visible both on the streets and on social media is Gezi Park Protests, which took place with the protests of organised and non-organised individuals. According to a blog research, 29% of the people who participated in Gezi Park Protests define themselves as vegetarian/vegans (Vegan Türkiye, 2014). Another important event for veganism in Turkey is the I Vegetarian/Vegan Walk of Honour in 2013, and since it was broadcasted on the mainstream media, many people were introduced to the word “vegan”.

¹ In the book, the word “vegetarian” is used in the place of “vegan”, unless otherwise is stated.

The types of vegan activism are multiple. For instance, vegan anarchist prisoner Osman Evcan went for a hunger strike in 2011 because he was not served vegan food (Başkent, 2011). In order to support Osman Evcan's strike, a blog² was opened and an online signature campaign was held, and eventually Osman Evcan earned his right to receive vegan food. However, later he was sent to another jailhouse and a similar period again took place since this new jailhouse did not responded to his demand (Sosyal Savaş, 2014a).

The street activities of the vegan activists in Turkey are most of the time very interesting. The Feast of Sacrifice protests since 2012 are one of them. On a day they pick up as vegan action day, Abolitionist Vegan Movement followers open a stand on the streets and talk about veganism with people. ALF (Animal Liberation Front) is known for its activities of freeing the animals in experimentation laboratories and production farms, and for the economic harm it gives to the ones who violate animal rights; and the ALF supporters in Turkey, with the snow masks they put on their faces, organise various street protests. ALF is frequently a target of criticism because of its violent protests and is regarded as a terrorist threat (Jarboe, 2002). Despite of all criticisms, ALF has many supporters in a lot of countries and the first "open animal rescue action" of the ALF supporters in Turkey took place in İstanbul in 2014, by rescuing rabbits from a pet shop (Sosyal Savaş, 2014b).

In Turkey, there is Türkiye Vegan and Vejetaryenler Derneği (Turkey Vegan and Vegetarians Association) which runs as the representative of some international vegetarian/vegan institutions. Yeryüzüne Özgürlük Derneği (Freedom to Earth Association) which does not only aim at gathering vegans under a single roof defends the rights of all the earthlings together, and adopts the responsibility for "creating a *counter* culture on the basis of the sensitivity for preventing ecological destruction" (YÖD, 2010). Apart from its associations, there is the project of founding a political party with the name Hayvanlara Özgürlük Partisi (Freedom to Animals Party) whose founding participants are all vegans/vegetarians. On the other hand, there are independent vegan activists who follow the juridical processes concerning the violation of animal rights and they actively support street activities.

Similar to many various movements, vegan movement uses social media as a platform to make its voice heard. Social media basically comprises of websites with

² <http://osmanayemek.tumblr.com/>.

user-centred contents. From the blogs which are created for users to share their ideas and knowledge to Wikis; from the ones whose media elements are organised by the users to create contents to the websites with an aim for collaboration all make up social media (Lerman, 2007: 1). Social webs are those in which social media users like each other's contents, make comments and send messages to one another. Thanks to the hyper-textuality of social webs, users can reach different accounts and websites easily (Kahraman, 2010: 14). In social webs, aside from individuals, groups can create their own accounts. Vegan activists share contents both individually and collectively via social media, and interact with other users.

3. Method

This research has been conducted with the scanning model, which presents reality entirely as it is. In order to reach defined purposes, semi-structured interview technique was used. The interviews took place both online and offline with 10 vegan activists (see Appendix). The participants of the research were identified with the snowball technique which is a purposive sampling technique. The interviews took place between 30 minutes to 45 minutes. Two of the participants used nicknames to remain anonymous. The study is conducted by the participants' ideas as they are, sometimes by quoting them in order to support the findings. In order to attain reliability, the research questions were clearly stated and we discussed the topics that generated consensus or disagreement. In the study, various data was obtained from the participants adopting different forms of vegan activism.

4. Findings

4.1 The ideas of the participants regarding veganism and their reasons to be vegans

All of the vegan activists, directly or indirectly, associate veganism with a practice of life that rejects the enslavement of animals and the domination of them:

- “I am an ethical vegan. To me, ethical veganism is animal freedom. I mean, that is what I understand from veganism. I do not accept animal exploitation in any field of life. I defend that animals have their own rights to live” (Zülal).
- “[...] It is one's completing the missing part of the puzzle, the animal part,

in order to take a step against enslavement and exploitation. I define it as something like to start to speak against their exploitation and enslavement, and arriving at a consistency with a practice” (Güray).

- “...I define the periods in which I was not a vegan as opportunist. That is, not being a vegan is indeed using the enslavement of animals as an opportunity” (Derya).

The major reason motivating the activists for being a vegan is that an awareness regarding animals is created. The strong empathy that is felt towards animals is another reason for the activists to become a vegan:

- “I think animals suffer a lot. After a while I started to realise that I was not happy seeing these...” (Seda).
- “[...] for instance I dive into the bottom of the sea as I swim. After ten seconds I strive to reach the surface. Because I run out of breath. And then I say, whoever eats fish make those animals suffer in the same way. They die in a horrible way. Anybody wants to try, they should dive and see how they feel when they cannot breathe” (Güray).

4.2 Ideas about activism

4.2.1 Ideas about activism

Vegan activists make different emphases on the definition of activism. However, the common idea is to inform other people and to prompt them:

- “[...] I see it as to apply whatever I think into practice, and to take the necessary steps regarding the problems I identify, without remaining merely as a spectator” (Seda).
- “I define it as raising kind of an awareness among people. Relating to this raising of awareness, I define it especially in vegan activism as explaining veganism to people” (Cem S.).
- “It is, having knowledge about a certain subject, the totality of activities that are carried out in order to inform other people, too” (Özlem).

The evaluation of the vegan movement in Turkey both in its positive and negative aspects enables the different experiences in the movement come to surface. A certain part of the negative aspects arises from the observation of the discrepancies among vegan activists:

- “What makes me feel so uncomfortable, especially regarding to getting into certain groups... is that there is a kind of war among vegans” (Derya).

There are also those who think that being in a vegan movement is perceived as a trend:

- “[...] when it started as a trend, some celebrities defined themselves as vegans although they were not really vegans, and gave speeches like “I got stupid since I didn’t eat meat” (Zülal).
- “[...] although there is participation in vegan groups, I actually think it is kind of a seasonal rupture” (Cem Ç.).

4.2.2 The actualisation place of activism (SM activism vs. Street activism)

Four of the participants believe that activist actions can take place on the streets. Other participants give importance to social media for activism or think that it works as complementary to street activism. It is interesting that in choosing social media activism, they mention social judgements:

- “To tell the truth, I do not believe in the activism on the street. The reason is we, the Turkish society, do not have a positive look on street activities” (Seda).

The words of one participant who uses social media only through the account of the group of which he is a part explain why he does not use a personal account:

- “[...] the discourse on the Internet does not reach everybody and at the same time it leads to what Zygmunt Bauman calls *slacktivism*. I mean actually a kind of loose activism. It gives a sense of feeling as if one has achieved something. You are indeed doing something but it may also give a sense of completion... Albeit the issue is out there. Animal exploitation is out there. All we do here is communication but for activism, communication is not everything” (Güray).

4.2.3 The difficulties of being a vegan in Turkey

The participants state that being a vegan in Turkey involves certain social and cultural difficulties as well as hardships concerning nutrition. Social difficulties are mostly related to non-vegan people’s criticism of vegan people, with a “blaming” tone. Next to this, it is interesting that the cultural difficulties are related to gender roles:

- “[...] it looks really weird to people and it does not look like something masculine. I mean they find such a thing a bit feminine.” (Cem Ç.)

Concerning nutrition, the problem is the fact that vegan products are not easily available in Turkey.

4.2.4 Becoming a member of a vegan community

Six of the participants are activists belonging to a community and four of them are individual activists. Individual activists participate in protests and events together with communities. Abolitionist Vegan Hareketi (Abolitionist Vegan Movement), Veganizm Özgürlüktür Grubu (Veganism is Freedom Group), İTÜ Veg and Ankara Vejetaryen - Vegan Grubu (Ankara Vegetarian - Vegan Group) are communities which work together.

4.2.5 The process of becoming widespread for veganism in Turkey

Most of the participants make emphasis on the importance of Gezi Park Protests for making veganism widespread and heard:

- “According to Google search results, the number of the searches for the word “vegan” increases significantly during those times. Since then, it has increased consistently.” (Cem S.).
- “It achieved visibility during Gezi. I mean the stalls there, and the social media. Well, did it work? No. If it had worked, for instance, there would have been no fireworks. Though did people say “there is something called veganism”? Yes” (Enki).
- “Again, according to the research by Vegan Turkey, I saw that it is highlighted during Gezi Protests. And the events which took place in certain days, the ones which are carried out regularly such as Bombalara Karşı Sofralar (Tables Against Bombs)” (Büşra).

On the other hand, there are participants who think that Gezi Park Protests are not very effective in making veganism heard:

- “For sure its visibility increased but it did not actually boom like LGBT movement there. Curiously, the destruction of a park is primarily related to nature and animals” (Güray).
- “There were friends who worked for this in Gezi Park, I do not look upon

them at all. What they did was beautiful and important. But I know that the people participated in Gezi Protests pronounced demands for freedom and human rights... they identify themselves as leftists, they consider themselves as freedom fighters but when it comes to animals, they remain silent. I do not believe that Gezi made a real difference, I wish it did” (Zülal).

4.3 Social media use by vegan activists

4.3.1 *The tools and the span of being online*

In many of the interviews, the participants state that they connect to the Internet via smart phones and computers. Most of the participants spend three hours a day on the Internet. Some of them hold that they are constantly connected to the Internet, so they cannot maintain a certain timespan.

4.3.2 *The reasons for being on social media with a vegan identity*

The most frequently stated reason for using social media with a vegan identity is “to recount veganism”. The fact that even the meaning of the word “vegan” is not commonly known explains this reason. On the other hand, there is a desire to reveal the common aspects of veganism with other leftist groups:

- “[...] some anarchist groups, it can also be socialist groups. Or it can be religions. At least, I want them to take it into account, to discuss it and to face it” (Derya).

4.3.3 *The content shared in social web accounts*

The most frequently used social webs by the participants include Twitter, Facebook and Instagram. The participants maintain that they share veganism-related content in their social web accounts. Half of the participants share content which has blood and torture, with censure or disclaimer:

- “[...] the followers of the content that we share are not only non-vegan people. Vegans also follow this kind of things and I don’t want people to feel sorry by constantly being exposed to these. This kind of blood and violence content also repulses people. If possible, I censure it and share in that way” (Seda).
- “I don’t think it is nice to put blood without a warning. Therefore if there

is a brutal violence image, I put a small warning. The mass that it goes to is different, though. Hence I do not adopt the idea that I would in no way share a bloody content. Some people might be convinced that it is indeed exploitation only through the most violent images” (Güray).

Some of the participants do not share torture images because it would hinder a holistic approach to veganism:

- “[...] anyone who sees that violence and is affected by it will begin to think that there is no problem with taking the eggs of the freely wandering chicken in the garden and eat them” (Cem S.).
- “They repulse the people to whom I want my message to reach, besides I take it as a disrespect to the animal which was exposed to that torture” (Gülce).

When they are asked about the reactions of the non-vegan people to the shared contents, only four of the participants mentioned positive reactions. Negative reactions involve criticism to the content and starting a hare.

4.3.4 The target group of the contents

The participants prepare content both for vegans and for everyone else. The elaboration of the target group of the contents is significantly interesting:

- “For now, I prepare contents exclusively for people with a high level of education. The reason is they are the ones we should primarily win. First, I think their income level is most generally quite high. And that group is the one which dominantly participates in the consumer web. On the other hand, I have the idea that they can be more open to different opinions and to alternative life styles. Hence, currently, I prefer to prepare contents for the group with higher level income and to the undergraduate and graduate levels of education” (Seda).

4.3.5 Organising common events and their announcement

Almost all of the participants organise vegan events on social media and they enable participation in them. Food events, stand activities and demonstrations are the major ones. Facebook is a common space for announcing activities. Other than this, Twitter, blogs, e-mail and CouchSurfing are the leading tools for announcement.

4.3.6 The interactions of vegan community members among themselves on social media

The interactions of the vegans among themselves on social media lead to both positive and negative situations. Unless they disagree with an idea on social media, vegans are regarded as benevolent and helpful people. However it is emphasised that their discussions are extremely harsh and fevered. It is also maintained that some discussions reduce the target of activism to individuals:

- “For instance, as I have mentioned at the beginning, having a domestic animal. And else? Industry production foods. The discussions regarding whether food can involve trace amounts of milk or milk products, or not. These are not decisions that a group can make, they are decisions which can be made only by individuals. The reason is, it cannot know what kind of conditions or worries I have” (Enki).

4.3.7 The style of communicating with other vegans

Facebook and Twitter are the most frequently used social media tools among the participants. Other than this, vegan meetings and e-mail groups are emphasised as alternative communication styles preferred by vegans. Almost all participants hold that there are vegan activists with whom they have met via social media, and interacted face to face.

4.3.8 The use of hashtags

The participants use hashtags in order to reach a higher number of vegans, to access the recent news and to easily make their content widespread.

4.3.9 Reaching opinion leaders, political actors or pressure groups via the Internet

Most of the participants reach opinion leaders, political actors or pressure groups via the Internet. These people prefer e-mail, Change.org petition and sending messages to political actors via social webs. Three participants maintain that they never had such an effort.

4.3.10 Followed blogs and social webs related to vegan movement

Among the participants, Hayvan Özgürlüğü Çevirileri (Animal Freedom Translations), Vegan Kedi (Vegan Cat), Vegan Türkiye (Vegan Turkey), Vegan Mutfak

(Vegan Kitchen), Yerel Muhabir Ağı (Local Web of Reporters), Abolisyonist Vegan Hareket (Abolitionist Vegan Movement) and some foreign blogs stand out as the most frequently preferred blogs.

Social web pages such as Zülal Kalkandelen, Veganizm Özgürlüktür (Veganism is Freedom), Yeryüzüne Özgürlük Derneği (Freedom to Earth Association), Abolisyonistler (Abolitionists), Bir Gül'ün Mutfağı (The Kitchen of Bir Gül), Vegan Sidekick, Vegan Humour, Çalışan Vegan (Working Vegan), Vegan İstanbul and AVH are preferred.

Conclusion

This study seeks to explain how vegan activists use social media and how they exist on social media with their vegan identities. A significant portion of the participants share veganism-related news and information contents on social media. On the other hand, the announcement of events and protests via social media may be regarded only as one of the functions of social media for activism. The fact that the contents are often discussed among vegans leads to the thought that social media, beyond being a field for communication, is a political environment.

Almost all of the participants have met other vegans via social media and have involved in face-to-face communication. It seems unavoidable for vegan activists, who are only a few in number, to use social media for finding other vegans and organising with them. The participants think that the other vegans on social media are collaborative as much as they are disputatious. These are new experiences for vegans, and it has an important impact on the mentioned discussions. It is necessary to be very attentive while mentioning vegans' relation with ecology. Because people may have the wrong impression that in the situations where there is presumably no harm to ecology, vegans would approve the consumption of animals products. According to the participants, the fact that the focus of ethical veganism is animal rights must be highlighted.

Bibliography

- Adams, C.J. (2010). *Etin cinsel politikası* (Çev: G. Tezcan & M.E. Boyacıoğlu). İstanbul: Ayrıntı.
- Andrew X (2005). Give up activism. Retrieved from <http://libcom.org/files/Give%20up%20activism.pdf>.
- Başkent, C. (2011). Hem vegan hem tutsak! Retrieved from <http://bianet.org/bianet/hayvan-haklari/133769-hem-vegan-hem-tutsak>.
- Francione, G.L. (2007). *Clarifying the meaning of a "right"*. Retrieved from

http://www.abolitionistapproach.com/clarifying-the-meaning-of-a-right/#.VLL_1Seywy4.

- Francione, G.L. (2008). *Hayvan haklarına giriş: Çocuğunuz mu köpeğiniz mi?* (Çev: R. Akman & E. Gen). İstanbul: İletişim.
- Francione, G.L. (2012). *Only sentience matters*. Retrieved from <http://www.abolitionistapproach.com/only-sentience-matters/#.VLMGvCeywy4>.
- Heinrich Böll Stiftung Derneği. (2014). Et atlası 2014: Yediğimiz hayvanlar hakkında gerçekler ve rakamlar. Retrieved from http://tr.boell.org/sites/default/files/uploads/2014/10/et_atlas_final_son_hal.pdf.
- Iacobbo, K. & Iacobbo, M. (2006). *Vegetarians and vegans in America today*. USA: Praeger.
- Jarboe, J.F. (2002). The threat of eco-terrorism. Retrieved from <http://www.fbi.gov/news/testimony/the-threat-of-eco-terrorism>.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal medya 101*. İstanbul: Mediacat.
- Lerman, K. (2007). Social information processing in social news aggregation. Retrieved from <http://arxiv.org/pdf/cs.cy/0703087.pdf>.
- Marcus, E. (2001). *Vegan: The new ethics of eating* (2nd Ed.). New York: Mcbooks Press.
- Regan, T. (2007). *Kafesler boşalsın hayvan haklarıyla yüzleşmek* (Çev: S. Çağlayan). İstanbul: İletişim.
- Singer, P. (2005). *Hayvan özgürleşmesi* (Çev: H. Doğan). İstanbul: Ayrıntı.
- Singer, P. (2013). Hayvanlar acıyı hisseder mi? In K. Savaş (Ed.), *Hayvan hakları ve veganizm* (pp. 89-94). (Çev: H. Kılıçaslan). İstanbul: Kült.
- Sosyal Savaş (2014a). Veganarşist tutsak Osman Evcan yeniden açlık grevinde! Retrieved from <http://sosyalsavas.org/2014/04/veganarsist-tutsak-osman-evcan-yeniden-aclik-grevinde/>.
- Sosyal Savaş (2014b). ALF'ten açık kurtarma eylemi: 4 tavşan özgür. Retrieved from <http://sosyalsavas.org/2014/03/alften-acik-kurtarma-eylemi-5-tavsan-ozgur-2-mart-2014-kadikoy/>.
- Steiner, G. (2009). Animal, vegetable, miserable. Retrieved from http://www.nytimes.com/2009/11/22/opinion/22steiner.html?pagewanted=all&_r=0.
- Taylor, K., Gordon, N., Langley, G. & Higgins, W. (2008). Estimates for worldwide laboratory animal use in 2005, *Atla* 36, ss. 327-342.
- Vegan Türkiye (2014). Gezi Direnişi'nin vejetaryen/veganlıkla ilişkisi. Retrieved from <http://veganturkiye.blogspot.com.tr/2014/08/gezi-direnisinin-vejetaryen-veganlıkla.html>.
- YÖD. (2010). Yeryüzüne Özgürlük Derneği hakkında. Retrieved from <http://yeryuzuneozgurluk.blogspot.com.tr/2010/02/yeryuzune-ozgurluk-dernegi-hakknda.html>.
- Wagner, R. (2013). *Yiyecek olmama hakkı*. In K. Savaş (Ed.), *Hayvan hakları ve veganizm* (pp. 11-27). (Çev: H.Kılıçaslan). İstanbul: Kült.
- Watson, D. (1944). The vegan news: Quarterly magazine of non-diary vegetarians. Retrieved from http://ukveggie.com/vegan_news/.

Appendix

1. Büşra Akman, Ankara Vegetarian Vegan Group, Ankara, 24 years old, Student, Vegan for 4 months (Büşra)
2. Cem Çeboğlu, İstanbul, 43 years old, Teacher, Vegan for 1 year (Cem Ç.)
3. Cem Soyer, Abolitionist Vegan Movement and İTÜ Veg, İstanbul, 25

- years old, Student, Vegan for more than a year (Cem S.)
4. Derya Apaydın, İstanbul, 24 years old, City Planner, Vegan for 2 years (Derya)
 5. Enki Aksan, İstanbul, 30 years old, Designer, Vegan for 2 years (Enki)
 6. Gülce Özen Gürkan, Abolitionist Vegan Movement, İstanbul, 33 years old, Teacher-musician, Vegan for 4 years (Gülce)
 7. Güray Tezcan, Freedom to Earth Association and Tables against Bombs, İstanbul, 26 years old, Student (PhD), Vegan for more than 2 years (Güray)
 8. Özlem Yağan, Abolitionist Vegan Movement, İstanbul, 40, Veterinary doctor, Vegan for 2 years (Özlem)
 9. Seda, Ankara, 28 years old, Business Administrator, Vegan for more than 1 year (Seda)
 10. Zülal Kalkandelen, İstanbul, 45 years old, Journalist-writer-translator, Vegan for 20 years (Zülal)

Biography

Şeyma Esin Erben graduated from the Faculty of Communication at Kocaeli University in 2011, received her M.A. in 2014 and began Ph.D. in 2014 in the field of communication sciences. She is currently works as a research assistant of communication design department at Faculty of Arts and Design, Nişantaşı University in Turkey. Her research interests lie in the area of new media and blogging. In recent times she has focused on social media activism. E-mail: esin.erben@gmail.com.

Jale Balaban-Salı graduated from the Faculty of Communication Sciences at Anadolu University in 1995, received her M.A. in 1998 and Ph.D. in 2002 in the field of educational communications and planning from the same university. From 2008-2010 she was a visiting researcher at the Anglia Ruskin University in UK. She is currently working as an associate professor of communication design and management department at Anadolu University in Turkey. She has contributed to several book chapters, published articles in journals, and presented papers at conferences. She has also designed a number of distance education materials. Her research interests include new media research, new media literacy, new communication technologies, quantitative and qualitative methods in communication research. E-mail: jbalaban@anadolu.edu.tr.

Tres onces de setiembre en Facebook: contenido y engagement en la página de Facebook de la Asamblea Nacional Catalana

Three September 11s on Facebook: content and engagement on the Facebook page of the Asamblea Nacional Catalana

Òscar Coromina, GRISS - Universitat Autònoma de Barcelona

Emili Prado, GRISS - Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

La Asamblea Nacional Catalana (ANC) es una entidad nominalmente desvinculada de los partidos políticos fundada en abril de 2011 con la finalidad de promover la independencia de Cataluña por medios pacíficos y democráticos. Esta organización ha convocado e impulsado diferentes movilizaciones siendo las más multitudinarias una manifestación el año 2012, una cadena humana de 400 km en el año 2013 y un mosaico de 10 km de longitud en el año 2014. Todas ellas coincidiendo con el 11 de setiembre, día nacional de Cataluña. Las redes sociales de Internet han jugado un papel importante en el desarrollo de estos tres acontecimientos ya sea como instrumento organizativo, medio para expresar adhesión a la causa o, simplemente, para aprovechar la capacidad de difusión de estas plataformas para hacerse eco de la causa.

Las redes sociales de Internet son también un espacio en el que la participación de los usuarios se convierte en datos que quedan registrados y almacenados y sirven para articular el engranaje social de estas plataformas. Buena parte de estos datos son accesibles y pueden ser interrogados con finalidades de investigación. En este artículo nos servimos de una herramienta desarrollada específicamente para la extracción y análisis de datos de Facebook para examinar la actividad generada en la página de la ANC.

A partir de los datos obtenidos, el artículo indaga de qué forma los indicadores de *engagement* propios de Facebook deben valorarse en el contexto de una movilización política tomando en cuenta las especificidades de la plataforma y el sesgo analítico que se deriva de estudiar el medio a partir del medio. En este sentido proponemos una ponderación de los distintos indicadores para que éstos reflejen el nivel de adhesión a las causas políticas en general y a las de la ANC en particular.

Palabras clave

Redes sociales; Facebook; métodos digitales; ciberactivismo; movimientos sociales.

Abstract

The Catalan National Assembly (ANC) is an organization founded in April 2011 aimed at working towards the independence of Catalonia through democratic means. This organization has promoted several demonstrations such as the most crowded one in 2012, a 400-km human chain in 2013 and a 10-km 'V' sign in 2014. They all took place on September 11, the Catalonia National Day. Besides the role of mobilizing at street level, social networking sites played an important role in the development of these three events: as an organizational tool, a means of expressing commitment to the cause, or simply to take advantage of the ability of these platforms to echo the cause and contribute to the success of the mobilization.

These platforms are also a space in which user participation becomes data that is recorded, stored and it serves to articulate the social mechanisms of the platforms. Much of this data is accessible and can be consulted for research purposes. To carry out this research we have used a tool specifically designed for the extraction and

analysis of Facebook data for scientific research in order to obtain a dataset that reflects the activity generated on the Facebook page of the ANC before, during and after the mobilizations.

The article also explores how indicators of engagement on Facebook should be assessed in the context of political mobilization, taking into account the specificities of the platform and the analytical bias that arises from studying the medium from the medium itself. In that sense, we propose a weighting of the different indicators for these indicators that reflects the level of adhesion to political causes in general and those of the ANC in particular.

Keywords

Social media; Facebook; digital methods; cyberactivism; social movements.

Biografía

Òscar Coromina es profesor asociado en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Autònoma de Barcelona, donde ha sido un miembro de la facultad desde 2008, coordina el Máster en Comunicación y Marketing Online y es miembro del Observatorio de Sitios de Redes Sociales del GRISS (Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi). Actualmente Òscar está trabajando en su proyecto de tesis doctoral analizando el caso catalán en Twitter. Sus intereses de investigación se centran los medios sociales y los métodos digitales. Ha colaborado en varias ocasiones con la Digital Methods Initiative de la University of Amsterdam. Correo electrónico: Oscar.coromina@uab.cat.

Emili Prado es Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), director del GRISS (Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi), de EUROMONITOR y USAMONITOR, observatorios permanentes de televisión en Europa y América del Norte y miembro de la Consejo Internacional de la MSH-PN (Francia). Ha sido Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB y de la Universidade de Santiago de Compostela. Ha sido invitado en la UQAM (Canadá), la Universidad de California-Berkeley y Universidad de Nueva York (Estados Unidos), Pisa (Italia), Sao Paulo (Brasil), Adolfo Ibáñez (Chile), Bordeaux (Francia) y varias universidades españolas. Asesora a distintas administraciones, empresas y autoridades reguladoras. Correo electrónico: Emili.prado@uab.cat.

¿Más de lo mismo? ¿Qué comunican los movimientos sociales en los Social Media? La Plataforma de Afectados por la Hipoteca en Facebook

The same again? What do Social Movements communicate in Social Media? The People Affected by Mortgage in Facebook

Ezequiel Ramón Pinat, Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

Desde hace algunas décadas, diversas organizaciones de movimientos sociales han comenzado a utilizar Internet para diversos fines. A lo largo de todos estos años activistas Anti-globalización, simpatizantes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), miembros del movimiento en contra de la guerra de Iraq, entre otros, han coordinado desplazamientos, organizado actos de protesta y difundido información alternativa a través de la red. Con el auge de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su integración con los Social Media, sitios webs que utilizan contenidos generados por usuarios (UGC), el repertorio comunicativo se ve ampliado. La web 2.0, colaborativa, favorece e incentiva la participación y el intercambio de información. La conexión desde dispositivos móviles ha propiciado la ubicuidad de la red, permitiendo el éxito de plataformas de mensajería instantánea, la difusión de vídeos de producción propia en YouTube y la propagación de imágenes y textos por Facebook y Twitter.

Sin embargo, ¿hasta qué punto puede afirmarse que sirven para difundir un mensaje alternativo o, por el contrario, es una reproducción de contenido de medios tradicionales? Para visualizar esta dualidad se analizará la página de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) en la red social Facebook, realizando un análisis de contenido en tres meses de publicaciones coincidentes con la segunda campaña de escraches con motivo de las elecciones al Parlamento europeo. En el muro de la página que la organización tiene en Facebook conviven *posts* propios con imágenes sobre las diferentes campañas de escrache en todo el estado, enlaces a la web propia a artículos de análisis, noticias sobre sentencias judiciales de medios que no son afines a las demandas de la plataforma y vídeos de YouTube de producción propia y de otros usuarios.

Palabras clave

Nuevos movimientos sociales; social media; Facebook; análisis de contenido.

Abstract

For some decades now, many social movement organizations have been using the Internet for different purposes. During this time, Anti-globalization activists, supporters of the Zapatista Army of National Liberation (EZLN), members of the movement against the Iraq war, among others, have coordinated movements, organized protests and spread alternative information throughout the network. With the rise of Information and Communications Technology (ICTs) and its integration within Social Media, websites with user-generated content (UGC), the communicative repertoire has been expanded. The collaborative Web 2.0 promotes and encourages participation and information sharing. The connection from mobile devices has led to the ubiquity of the network, allowing the success of instant messaging platforms, the spread of self-produced videos on YouTube, and images and texts via Facebook and Twitter at the same time.

However, we wonder whether we can claim that they serve to disseminate an alternative message or they a mere reproduction of content from traditional media. In

order to display this duality, we will analyze the Facebook page of the People Affected by Mortgage (PAH, for the original name in Spanish – Plataforma de Afectados por la Hipoteca), during a three months period and coinciding with the second campaign of escrache demonstrations that took place during the European Parliament electoral campaign. In the Facebook page of the organization, we found original posts with images about different escrache statewide campaigns, links to their own website, news on judicial sentences by media opposed to the movement's demands, and YouTube videos produced by both the movement and other users.

Keywords

New social movement; social media; Facebook; content analysis.

1. Introducción

El crecimiento del acceso a Internet en la población urbana llevó a numerosos académicos de las ciencias sociales a pensar que ante un nuevo medio de comunicación más horizontal y participativo que la televisión, la radio y los periódicos podía abrirse un nuevo abanico de posibilidades para las organizaciones que se encontraban en los límites del sistema. Por el contrario, un gran número de ellos resaltaban el aspecto lúdico y superficial de la red.

El avance tecnológico permitía redes horizontales de comunicación que podían conectar lo local con lo global a través de blogs, podcasts, wikis, nuevas plataformas como YouTube y redes sociales digitales como Facebook, permitiendo la creación de comunidades en línea, de redes de relaciones sociales (Moragas, 2011). Castells (2009) lo denominaría “autocomunicación de masas”: una nueva forma de comunicación interactiva surgida con Internet y caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos. Es *de masas* porque potencialmente puede llegar a una audiencia global y es *auto-comunicación* porque uno mismo genera el mensaje.

No obstante, esto que sucedía con la irrupción de Internet también ocurría con la llegada de otros medios. Al referirse a las organizaciones de los sesenta, Tarrow señala que:

[...] el más importante de los desarrollos externos fue la expansión y la disponibilidad de los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión. Desde los manifestantes por los derechos civiles que se enfrentaban a los perros y las mangueras de la policía, a la quema pública de tarjetas de reclutamiento por parte de militantes de la Nueva Izquierda o el espectáculo de los activistas gays y lesbianas 'saliendo del armario', los organizadores del movimiento supieron aprovechar la avidez televisiva por las imágenes espectaculares (Tarrow, 2004: 187).

Este autor, además, destaca el papel utilitario y masivo de la televisión, ya que:

[...] si se podían transmitir mensajes a millones de personas a través del éter, animando a algunas a seguir su ejemplo y a un número mayor a simpatizar con determinadas reivindicaciones, era posible crear un movimiento sin incurrir en los costes que supone construir y mantener una organización de masas.” (Tarrow, 2004: 187).

El supuesto aumento de *democratización* y *participación* que se veía con el arribo de Internet podemos encontrarlo también con la aparición de otros medios. Ante el auge de un nuevo sistema comunicativo existen prácticas que se mantienen y otras nuevas que se irán desarrollando. Todos los actores de la arena política tratarán de sacar provecho de la manera más satisfactoria. Más allá de alabar o defenestrar un medio de comunicación por anticuado o por innovador, es pertinente indagar en qué medida puede afianzarse dando cuenta a necesidades comunicativas que anteriormente quedaban insatisfechas. Tampoco debe perderse de vista que ante un nuevo medio repetimos prácticas comunicativas preexistentes, las únicas aprendidas y útiles para movernos hasta ese momento. Por otro lado, de la misma manera en que los nuevos actores empoderados por Internet no renuncian a la utilización de los medios tradicionales, los viejos actores fuertes en los medios masivos tratarán de conservar su posición de privilegio y expandir su control a la red. Internet, de esta manera, se convierte también en un campo de batalla, no solo en un medio sino en un fin en sí mismo.

2. Marco Teórico

2.1 Redes sociales y movimientos sociales

Entre los primeros grupos que sacaron provecho de Internet podemos encontrar al Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) de Chiapas, México. Gracias a su uso fueron capaces de establecer una red de apoyo de alcance mundial que les ofició de escudo protector ante una eventual represión armada por parte del gobierno (Rucht, 2004). No obstante, más allá de la inesperada repercusión obtenida, inició un debate sobre el estado actual de la lucha de clases y sobre la elaboración de alternativas más efectivas a la globalización (Cleaver, 1998). Russell (2005), aunque intenta destacar aspectos pocos idílicos del EZLN, señala la velocidad con la que simpatizantes al movimiento reaccionaban en Internet al intervenir en foros, siguiendo una estrategia de comunicación alejada de la batalla selvática. Un activismo que como resultado tuvo la mistificación del subcomandante Marcos como *héroe* y sus seguidores como *nobles*, y el etiquetado de los enemigos como *bestias neoliberales*.

El movimiento por una globalización alternativa de mediados de los noventa, impulsado por los actos de Seattle y Praga, logró erigirse como actor válido en la esfera política internacional. Su base, en realidad, estaba formada por una heterogeneidad de ONG que, aprovechando e impulsando la existencia de Internet, alcanzaban una dimensión global. Se trataba de un movimiento básicamente ligado a la red, lo que les permitía aparecer como nuevos protagonistas en el ámbito mundial (Montero Sánchez, 2001).

Desde la perspectiva de la comunicación, la plataforma de contrainformación *Indymedia* fue un aporte de esta organización. Apoyada en formatos existentes en publicaciones impresas, supuso una voz *online* para los movimientos sociales que deseaban un espacio de expresión al margen del *mainstream*. *Indymedia* innovaba siendo una web no moderada con epicentro en Estados Unidos y Europa. Constituyó un precedente de publicación abierta y de comentarios en foros, cuando en la red esas prácticas todavía no eran habituales. A pesar de que todavía está activa, con la llegada de las redes sociales, la contrainformación ha perdido relevancia como función comunicativa activista (Vila Alabao, 2014). En este sentido, *Indymedia* se considera como un medio pionero en permitir la publicación abierta de noticias bajo el lema “no odies a los medios, conviértete en uno” dado que “Internet dejaba de ser un campo restringido a personas con conocimiento tecnológico avanzado para abrirse a todo el mundo y posibilitar la democratización mediática” (Pérez Roja, 2014: 68). Este autor señala, además, un paralelismo con los grupos de fotógrafos obreros de Alemania que en los 30 llegaron a tener su propia revista. En la actualidad destaca a la plataforma Bambuser como ciudadanos anónimos que sienten la necesidad de enseñar el mundo desde otro punto de vista, “siguiendo el mismo concepto adaptado a las nuevas circunstancias político-sociales y a las nuevos parámetros organizacionales de la sociedad-red” (Pérez Rojas, 2014: 68).

Kahn y Kellner (2004) señalan el rol fundamental que jugó Internet en el movimiento en contra de la guerra de Irak en 2002 y 2003, desafiando a la política beligerante de la administración Bush tras el 11S. Desde los sitios *moveon.org*, *internationalanswer.org* y *unitedforpeace.org*, entre otros, usaban la red para poner en circulación información en contra de la guerra, organizar manifestaciones y promover una diversidad de actividades, teniendo como punto álgido los actos en varios lugares del globo el 15 de febrero de 2003. Ambos autores también agregan las profundas transformaciones que experimentó Internet en todo este tiempo. Cambios relacionados

con el diseño de los sitios, de los blogs y la aparición de *wikis*, la evolución de la arquitectura del hipertexto, la aparición de fenómenos como la cultura *hacker* y el ciberterrorismo. Espacios tecnológicos que antes permanecían apartados han pasado a tener un papel central en la militancia diaria en Internet (Kahn y Kellner, 2004).

2.2 La Plataforma de Afectados por la Hipoteca

En España, el 22 de febrero de 2009 se constituye la Plataforma de Afectados por la Hipoteca en Barcelona (PAH) con el fin de dar soporte a quienes no estaban en condiciones de hacer frente al pago de las cuotas hipotecarias, constatando que el marco legal preestablecido protege a los intereses de las entidades financieras en detrimento de los compradores. La plataforma era la continuación de V de Vivienda, un movimiento social nacido en mayo de 2006 e integrado por adolescentes imposibilitados de emanciparse y optar a una vivienda digna (Alemany y Colau, 2012).

El estallido de la burbuja y el comienzo de la crisis obligó a replantear la estrategia en un escenario en el que al problema del acceso a la vivienda se pasaba directamente a la pérdida de ésta por miles de familias. V de Vivienda, conformado mayoritariamente por jóvenes con trabajos precarios que no podían emanciparse, organizó en octubre de 2008 una jornada bajo el lema “No dejaremos que los bancos nos echen de casa”, que se convirtió en la semilla de la PAH.

En noviembre de 2010 la PAH alcanzó su primer gran éxito al impedir un desahucio en La Bisbal del Penedés, un hecho inaudito que sorprendió hasta a los propios militantes. El acontecimiento fue grabado con dispositivos móviles y distribuido de forma viral por las redes sociales, provocando un efecto contagio y que mucha gente que pensaba que sus esfuerzos serían inútiles se animara a expresarse. Seis meses más tarde, tras confluir con el movimiento 15M, bloqueaban otro desahucio en Madrid. A partir de allí el movimiento se extendió activamente contra los lanzamientos judiciales bajo el lema “Stop Desahucios”, logrando impedir más de 500 lanzamientos judiciales a finales de 2012 (Alemany y Colau, 2012).

En marzo de 2012, tras una amplia cobertura mediática, el gobierno estatal emitió el Real Decreto-ley 6/2012 en el que incluía un código de buenas prácticas obligatorio para los bancos rescatados con financiación pública y voluntario para los demás. En la práctica su efecto fue mínimo, pero es una muestra del ingreso del problema de la vivienda en la agenda política. El 24 de octubre de ese mismo año una comisión de siete jueces patrocinados por el Consejo del Poder Judicial rechazó por injusta la ley de

desahucios. Al día siguiente se produjo el primer suicidio de una víctima desahuciada, seguida de otro dos semanas después, el mismo día que se conoció una Sentencia del Tribunal de Justicia Europeo (2013) que tildaba a la legislación española de “abusiva”.

La Plataforma de Afectados por la Hipoteca persigue tres objetivos en paralelo: conseguir que se apruebe la dación en pago, el aplazamiento de los desahucios y la reutilización de las viviendas vacías mediante alquileres sociales. El año 2012 acabó con un record de 167 000 procesos de desahucio, de los cuales 90 000 dieron lugar a lanzamientos judiciales provocando 15 000 desalojos de viviendas habituales (Observatori del conflicte social 2012, 2013).

En España la entrega de la residencia no es suficiente para saldar el préstamo. Cuando se produce una situación de impago, la propiedad se subasta. Si esta queda desierta (que es lo que ocurre el 90% de las veces), las entidades financieras pueden adjudicarse la vivienda por el 60% del valor de tasación (hasta hace poco era el 50%). La diferencia de la deuda que no quede cubierta por este 60%, más los intereses de demora y las costas judiciales del proceso (ambos muy elevados), serán una deuda de por vida para la persona expropiataria. Una deuda que, además, genera nuevos intereses y esto, en la práctica, imposibilita llegar a saldarla.

3. Metodología

El objetivo del presente trabajo es observar qué tipo de contenido transmite un movimiento social en un *social media*, distinguiendo entre producción propia y reproducción de otros medios. Se tomó el contenido publicado por la PAH en su página de Facebook¹. El período escogido ha sido de tres meses, a partir del 9 de mayo de 2014 hasta el 8 de agosto del mismo año, totalizando 58 *posts* (incluyendo una entrada singular que contiene un enlace a la web y un vídeo de YouTube al mismo tiempo).

La recolección de la muestra se realizó de forma manual. A fin de ser exhaustivos, se consideró la totalidad de las publicaciones aparecidas en la fecha mencionada y no las más relevantes (según un criterio arbitrario de la propia red social), que es la opción por defecto cuando uno consulta una página. Los *posts* exclusivos de Facebook fueron agrupados con aquellos que enlazaban a la web oficial de la PAH² ya que en ambos casos se trata de difundir contenidos propios. En cambio, los vídeos de YouTube y

¹ PID 165740193488717.

² Ver: www.afectadosxlahipoteca.com.

Bambuser son considerados un caso aparte ya que, si bien por un lado es contenido propio (aunque no en todos los casos), provienen de otra red social.

La fecha de inicio, el 9 de mayo de 2014, es el comienzo de la segunda campaña de escraches de la Plataforma antes de las elecciones al Parlamento Europeo. De la misma manera que la organización se encontró con que el talón de Aquiles de las entidades bancarias era su imagen y que atacándola podían conseguir influir en sus decisiones, podemos afirmar que un punto de presión a los candidatos de los partidos políticos son los escraches, aunque en este caso su efectividad no es evidente.

A pesar de no haber incorporado el término *escrache*, la Real Academia Española (RAE) sí ha incorporado *escruchar*, en cuya segunda acepción hace mención a “fotografiar a una persona” (RAE, 2014) en castellano rioplatense coloquial. No obstante, el diccionario de americanismos de la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) lo define como “manifestación popular de denuncia contra una persona pública a la que se acusa de haber cometido delitos graves o actos de corrupción y que en general se realiza frente a su domicilio o en algún otro lugar público al que deba concurrir la persona denunciada” (ASALE, 2010).

El empleo de escraches por parte de la PAH suscita tensiones y gran polarización. Los partidos políticos reaccionan de manera incómoda, lo rechazan e intentan ubicarlo fuera del repertorio de participación democrática. Son numerosos los intentos por tratar de establecer una conexión entre estas manifestaciones y actos vandálicos, incluso con terrorismo. Son abundantes los intentos por establecer *frames*, e incluso relaciones de forma explícita, con la extinta organización terrorista ETA.

4. Resultados

En el caso analizado puede visualizarse (Tabla 1) como conviven a lo largo del muro entradas que dan cuenta de las acciones del movimiento, otras que enlazan a artículos de análisis publicados en la web de la PAH, a piezas aparecidas en medios de comunicación y otras provenientes de otras redes sociales, principalmente YouTube. Por el contrario, no existe ningún enlace a publicaciones de Twitter.

De los catorce enlaces a vídeos, uno es a una transmisión de la rueda de prensa del lanzamiento de la campaña en Bambuser y los trece restantes corresponden a publicaciones en YouTube. De estas, diez son piezas propias (tanto de la PAH estatal como de las delegaciones de Lanzarote, Sabadell y Vallecas) y tres de otros usuarios.

Tabla 1. Tipos de posts

Tipo de post	Cantidad
Contenido exclusivo para Facebook	23
Enlaces a artículos de afectadosxlahipoteca.com	9
Contenido producido por medios	13
YouTube y Bambuser	14

Fuente: Elaboración propia

En numerosas ocasiones la PAH tuvo visibilidad gracias a la figura de la portavoz Ada Colau, e incluso muchas veces su estructura era confundida con una organización vertical con líderes en lugar de un movimiento horizontal con portavoces. Su imagen carismática permitió a la plataforma gozar el acceso a espacios de medios masivos. Sin embargo, en la página de Facebook solamente dos *posts* de los 58 hacen referencia a Ada Colau de forma explícita.

De las trece publicaciones de otros medios cinco corresponden a *El País* (tres a la edición Cataluña, una a la sección Economía y una a Cultura), dos a *Cuatro*, una a *La Vanguardia*, una a *RTVE*, una a *Disopress*, una a *Eldiario.es*, una a *El Faradio* y una a *Periódico Diagonal*. Entre ellas hay una encuesta, noticias de la campaña de escraches, entrevistas, presentación de documental de la PAH y dos de ellas son en formato vídeo.

De manera simplificada, un itinerario en el periodo analizado podría ser el siguiente: retransmisión de la rueda de prensa por Bambuser enlazada a Facebook, *posteo* de fotos realizadas con dispositivos móviles en escraches a diversos candidatos, publicaciones de vídeos de YouTube pre y post-producidos –de cuidada edición que incitan a la participación– y enlaces a medios que hacen referencias a este tema.

En el mismo periodo de tiempo fueron también publicadas noticias sobre sentencias judiciales en contra de ejecutivos bancarios y en contra del gobierno español. También fueron *posteadas* entradas de la web de piezas más extensas y argumentativas en las que se aportaban cifras, datos e interpretaciones sobre la problemática de la vivienda en España.

5. Conclusiones

La creación de contenido propio requiere recursos que este tipo de asociaciones, que dependen en mayor medida del voluntariado, no pueden afrontar. No obstante, los miembros más involucrados son verdaderos especialistas en la información que les concierne. La web de alguna manera sirve para aprovechar el conocimiento generado y

volcarlo, aunque no de manera divulgativa, sí especializada. Su diversidad de contenido está limitado a la interpretación de datos macroeconómicos, legales e información interna del movimiento.

La posibilidad de compartir piezas de otros medios tiene, por un lado, la ventaja de aprovechar material elaborado por profesionales y contribuir a dar notoriedad a temas relacionados con las demandas del movimiento, ya que en un efecto viral al ser publicados en la página provoca que otros seguidores se hagan eco y esto se traduzca en recompensa en número de visitas a la web del medio. Esta cadena debería alentar a las publicaciones, al mismo tiempo, a elaborar contenido susceptible de ser compartido.

Sin embargo, por otro lado, se deja en manos ajenas la elaboración del material, por lo que se pierde control e incluso pueden publicarse cosas que perjudiquen a la organización o que transmitan una mala imagen de ella. Tradicionalmente los movimientos han expresado disconformidad con la manera en que los medios de comunicación los retrataban a ellos y a sus actos de protesta. En el caso de la PAH y la problemática de la vivienda en España, muchos medios de comunicación tienen intereses opuestos, afines a los de la banca y de los partidos políticos mayoritarios y contrarios a los de la PAH.

En cualquier caso los activistas conviven en una sociedad inmersa en los medios de comunicación, y a pesar de que muchas veces el discurso de ambos no coincida, sí que a largo plazo ambos se nutren e influyen mutuamente. Por un lado, cabe recordar que si bien los medios de comunicación pretenden influir y establecer relaciones de privilegios con los partidos políticos, algo que quitaría espacio a la PAH, y por el otro buscan principalmente lucrarse, dando espacio a contenidos que atraigan a una gran audiencia. Es aquí cuando la espectacularización del drama del acceso y pérdida de la vivienda tienen espacio.

La plataforma Bambuser se consolida para la transmisión en vivo de eventos, principalmente ruedas de prensa. Sin embargo, a juzgar por la cantidad de visitas, su impacto parece bastante limitado. A pesar del alto valor del directo que se otorga en la sociedad post-modernista, no parece que vaya a destronar a YouTube como líder en red social de imágenes de vídeo.

La aparición de los *Social Media* nos sugiere que son potencialmente favorables a las organizaciones de los movimientos sociales al facilitar el coste de sus necesidades comunicativas, tanto externas como internas. Sin embargo, resta por analizar en qué medida se tiende a reproducir allí otras experiencias comunicativas menos participativas

y favorables que arrastramos del consumo de medios tradicionales.

Bibliografía

- Alemaný, A. y Colau, A. (2012). *Vidas hipotecadas*. Romanyà Valls: Angle.
- ASALE (Asociación de Academias de la Lengua Española) (2010). Escrache. En *Diccionario de americanismos*. Recuperado de <http://lema.rae.es/damer/?key=escrache>.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Trad. M. Hernández. Madrid: Alianza.
- Cleaver, H. (1998). The Zapatistas and the international circulation of struggle: Lessons suggested and problems raised. Recuperado de <https://la.utexas.edu/users/hcleaver/lessons.html>.
- Kahn, R. y Kellner, D. (2004). New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging. *New Media Society*, 6, 87-95.
- Montero Sánchez, M. D. (2001). Mundialización y construcción de la opinión pública. *Anàlisi, núm. 26* (pp. 103-119). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Moragas Spà, M. (2011). *Interpretar la comunicació. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Observatori del conflicte social (2013). *Anuari del conflicte social 2012*. Barcelona: Observatori del conflicte social-S. Aguilar.
- Pérez Rioja, B. (2014). El streamer, entre el periodismo ciudadano y ciberactivismo. En E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde y J. Toret (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 64-75). Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/224680674/15MP2P-Una-mirada-transdisciplinar-del-15M>.
- RAE (Real Academia Española) (2014). Escrachar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=escrachar>.
- Real Decreto-ley 6/2012 (2012). Medidas urgentes de protección de deudores hipotecarios sin recursos. Boletín Oficial del Estado de España.
- Rucht, D. (2004). The quadruple 'A': media strategies of protest movements 25 since the 1960s. En W. van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon y D. Rucht (Ed.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movements* (pp. 25-48). London: Routledge.
- Russell, A. (2005). Myth and the Zapatista movement: exploring a network identity. *New Media Society*, 7, 559-577.
- Sentencia del Tribunal de Justicia ECLI:EU:C:2013:164 (2013). Asunto C-415/11 Mohamed Aziz contra Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa (Catalunyacaixa). Diario Oficial de la Unión Europea.
- Tarrow, S. (2004). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Trad: F. Muñoz de Bustillo. Título original: Power in movement. Madrid: Alianza.
- Vila Alabao, N. (2014). Videoactivismo 2.0: revueltas, producción audiovisual en torno al 15M y cultura libre. En E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde y J. Toret (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 54-63). Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/224680674/15MP2P-Una-mirada-transdisciplinar-del-15M>.

Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial a María Dolores Montero Sánchez por la disponibilidad permanente y a la infinita paciencia y a Jaume Soriano por su guía.

Biografía

Ezequiel Ramón Pinat, Departamento de Medios, Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Ha cursado el Máster en Medios, Comunicación y Cultura en la UAB en 2013 con el trabajo final *Articulación de la comunicación de los nuevos movimientos sociales en Internet. Los casos de Escons en blanc y la Plataforma de Afectados por la Hipoteca en Youtube y Facebook*. Es colaborador habitual en la sección “Sociedad” del programa radiofónico Las tardes de Jon Jonn en *Fem Ràdio*, Barcelona. Áreas de interés: Movimientos Sociales, Participación ciudadana, Internet, Social Media. Correos electrónicos: ezeraimon@gmail.com; ezequiel.ramon@e-campus.uab.cat.

Dinámicas de comunicación y resistencia. El caso de #Ayotzinapa en YouTube

Dynamics of communication and resistance. The case of #Ayotzinapa in YouTube

María Concepción Castillo González, Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
María Elena Meneses Rocha, Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México

Resumen

El presente trabajo identifica algunas correlaciones de la forma en la que grupos sociales construyeron su identidad en YouTube a partir del caso de violación a los derechos fundamentales en Ayotzinapa, México, a finales de 2014 con las dinámicas de dispersión del mensaje audiovisual en el ecosistema digital.

A partir del análisis de tres indicadores que ofrece la plataforma –interactividad, suscripciones derivadas y de propagación– se encontró que a cada discurso y producción social de sentido parecen corresponder ciertos tipos de dispersión y extensibilidad, lo cual permite afinar la hipótesis sobre las dinámicas comunicativas de los movimientos sociales contemporáneos que tienen en la red un campo de disputa política y discursiva que desafían al poder tradicional.

Palabras clave

YouTube; Identidad de resistencia; Viralidad.

Abstract

This paper identifies some correlations about the way social actors constructed their identities in YouTube during the case of human rights violation in Ayotzinapa, Mexico, at the end of 2014 with the spreading of these messages and discourses through three indicators that YouTube offers: Interactivity, Subscriptions and Spreadability.

We found that each discourse is correlated with some types of spreading. These findings allow refining some hypothesis toward a better comprehension of the communication dynamics in contemporary social movements that challenge the traditional power.

Keywords

YouTube; Resistance Identity; Viral spreading.

Introducción

El 27 de septiembre de 2014 los medios nacionales informaron sobre el asesinato de seis personas y la desaparición de 43 estudiantes normalistas en la localidad de Ayotzinapa, México. Una noticia que generó indignación entre los ciudadanos y que se convirtió en una de las movilizaciones sociales con alcance internacional más importantes de los últimos tiempos en el país. Los discursos y las imágenes del otoño mexicano no pertenecen a los gobernantes y políticos ya que en la memoria colectiva de la protesta por el asesinato de 43 estudiantes de la Escuela Normal de Ayotzinapa en el Estado de Guerrero, uno de los más pobres del país, los anclajes simbólicos de la

indignación fueron dados por grupos sociales en las plataformas digitales.

La respuesta tardía del gobierno federal por Ayotzinapa profundizó la crisis de credibilidad en las instituciones políticas, sobre todo del presidente Enrique Peña Nieto. La desaprobación ciudadana entre agosto y diciembre de ese año, según la encuesta del diario *Reforma*, subió de 46% a 58%, porcentaje que no registraba un gobernante mexicano desde hacía 19 años (Animal Político, 2014).

1. Aproximación teórica

1.1 Plataformas digitales y forma cultural

Desde los setenta Raymond Williams (2011) propuso indagar social y culturalmente la tecnología, lo que permitiría desmontar su lógica unívoca y unidimensional para comprenderla más allá de las causas y efectos para re-enfocar el análisis en los significados, interacciones y tensiones, es decir, en su forma cultural.

Las plataformas digitales permiten novedosas formas de expresión cultural que escapan a los controles tradicionales. Su discurso, formatos, encuadres y difusión viral, así como la capacidad autónoma para la construcción de los mensajes y la participación de los usuarios, sugieren la articulación de inéditas formas y significados que transforman las relaciones de poder (Castells, 2012).

Retomando la propuesta de Hall, Evans y Nixon (2013) sobre la relación que existe entre la formación de identidades y la producción e intercambio de significados (que son compartidos a través del lenguaje en diversas prácticas sociales) se puede encontrar un punto de encuentro con el planteamiento de Castells (2004) cuando afirma que los movimientos red se forman a través de un proceso de comunicación de un mensaje de indignación y de esperanza que dan lugar a la construcción de diferentes tipos de identidad ya sea de resistencia o de proyecto respecto a la forma de relacionarse con el poder. Por la primera, el teórico catalán entiende aquella en donde los actores estigmatizados por las instituciones dominantes construyen trincheras de resistencia basándose en principios opuestos; en tanto que la segunda está dada cuando los actores construyen una nueva identidad que busca la renovación de la estructura social. En esta indagación encontramos que los actores participantes en el movimiento por Ayotzinapa se identifican con ambos tipos de resistencia.

Entendemos por plataformas digitales aquellos espacios de interacción predeterminados como redes sociales, buscadores y aplicaciones que están mediados

por dispositivos fijos o móviles (Van Dijk, 2013). Si bien observamos dichas plataformas como ecosistemas dinámicos de conexiones sociales interrelacionados a partir de los cuales se comparten contenidos, se promueven contactos, se propician compras o juegos a cambio de un registro de datos, en este trabajo y bajo el umbral de estas consideraciones, se indagará únicamente YouTube, ya que de acuerdo al Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2014, se estableció que su penetración en el país es del 28% del total de internautas (14,3 millones de 51,2 millones), posicionándose en el segundo lugar de predilección en los hábitos de uso (AMIPICI 2014). Precisamos que, pese a que los datos ofrecen un panorama ambivalente entre la inclusión y la exclusión en términos de participación política, consideramos relevante el estudio dado el contexto de violencia, de escasa pluralidad mediática y de crecimiento en el uso de tecnologías de la información por parte de las nuevas generaciones.

En la presente indagación se intentó contestar a la pregunta sobre cuál sería la relación entre las identidades de los productores de sentido con el potencial de propagación de los mensajes audiovisuales. Lo anterior puede aportar tanto elementos en torno a la eficacia cultural de la comunicación que emerge desde la sociedad civil para el cambio social (Nos, Iranzo, y Farné, 2012) como elementos para aproximarnos a la comprensión del uso que dan a la red social YouTube diferentes actores y grupos de la sociedad civil.

1.2 La viralidad y los movimientos de abajo hacia arriba

Para estudiar el comportamiento de la circulación de los vídeos de acuerdo a la identidad de los sujetos productores de sentido (actores y grupos que subieron de manera intencionada los vídeos) se analizaron tanto el nivel de propagación como los niveles de atracción obtenidos por las distintas producciones. Para ello nos basamos en la propuesta de Jenkins (2013) en la cual llama *spreadability* al potencial técnico y cultural de las audiencias para compartir de *abajo hacia arriba* el contenido de un mensaje que tiene ciertos atributos para el cumplimiento de sus propios propósitos, sin necesariamente respetar derechos de autor. A diferencia del enfoque de mercado, centrado en la capacidad de atracción y retención del mensaje que parte de un diseño comercial de *arriba hacia abajo* (*stickiness*), la capacidad de propagación implica la apropiación del discurso de manera emergente partiendo de los internautas y apuntando a la incidencia dentro de las agendas de los medios tradicionales de comunicación y de

las instituciones políticas con la esperanza de lograr un cambio en los valores hegemónicos. El análisis de las relaciones entre el nivel de viralización alcanzado, el nivel de atracción obtenido (*stickiness*) y el tipo de productores sociales de sentido, puede ofrecernos tanto un panorama de las tendencias de la viralización en los movimientos sociales como el panorama de los grupos que los conforman y sus proyectos de reflexividad¹ asociados, ya fuera de resistencia o proyecto. Adicionalmente, analizar la conformación de identidad de los actores sociales –a quienes denominaremos productores– nos acercará a la identificación de diferentes agentes que conforman contrapesos discursivos que promueven tanto el empoderamiento de grupos excluidos de la polis (Jackson, 2002) como su inclusión en el imaginario y la polis global (Silverstone, 2007).

2. Método

Elegimos como corpus de análisis 10 vídeos que fueron subidos a la red entre el 27 de septiembre y el 21 de noviembre de 2014 y que fueron los más virales de acuerdo a los resultados obtenidos a través del análisis numérico de las estadísticas públicas que ofrece la plataforma y que se explica con más detalle posteriormente.

Inicialmente, dentro del periodo estudiado se detectaron 44 vídeos, de los cuales se eligieron en una primera fase 17 de ellos, al haber obtenido más de 20 mil vistas reportadas. El periodo responde a la temporalidad dentro de la cual el movimiento creció de manera efervescente. El punto de referencia para determinar la cantidad de vistas se tomó del estudio español sobre tendencias y características de vídeos virales y su relación con comunidades de suscriptores –que reporta que ser divertidos y relajantes, son características de vídeos virales– y que encontró que la producción con menores vistas (en 8 días) había sido de 17 356 (Gómez, Hernández y Muñoz, 2012: 140).

Con base en los datos anteriores, para el presente estudio se consideró como límite inferior 20 mil vistas (superando con 2 644 vistas al caso citado), sopesando que la temporalidad es mayor –56 días– pero asumiendo que existe una mayor dificultad de diseminación, porque el movimiento es ascendente y de resistencia.

¹ Entendemos por reflexividad la capacidad de confrontación y de eventual transformación de la realidad de acuerdo a Ulrich Beck (2007).

2.1 Análisis de la viralidad en YouTube

Estimando que la viralidad implica más la capacidad de apropiación y propagación que el número de vistas reportado, se tomaron los datos que la plataforma ofrece para estimar el número de veces en que se ha compartido un vídeo. A lo anterior lo llamamos nivel de propagación, equivalente en nuestro caso al nivel de viralidad.

Adicionalmente, en el presente estudio se analizaron otros factores a los que llamamos niveles de interacción y de identificación. Por nivel de interacción entendimos el potencial de un vídeo para generar en el internauta la disposición de interactuar a través de un *comentario*, un *like* o un *don't like*. Por nivel de identificación, entendimos el potencial de un vídeo para generar suscripciones derivadas (ambos datos ofrecidos en las estadísticas públicas de la plataforma).

Es importante aclarar que la viralidad implica la apropiación y con ella otros fenómenos como la edición y reproducción de los vídeos en otros medios como lo sería la televisión. Fenómenos, estos, que las estadísticas públicas de la plataforma YouTube no permiten rastrear y que por tales motivos no se contemplaron para el presente trabajo, lo que nos obliga a reconocer que las especificidades sociotécnicas de la plataforma condiciona en buena medida la dinámica comunicativa.

También se advierte que los vídeos que infringen derechos de autor no despliegan el total de estadísticas públicas, siendo también posible que el usuario desconozca cómo activarlas. Lo anterior afecta al potencial de viralidad, que incluye factores de capital tecnológico y la facilidad o dificultad de manejo de las plataformas. En el presente estudio únicamente tres vídeos quedaron en esta circunstancia, razón por la que fueron descartados.

A partir de los criterios establecidos (interactividad, identificación y viralidad), se construyeron fórmulas tomando como referencia el número de vistas reportadas por vídeo:

1) Nivel de interactividad:

$$\frac{[\sum(\text{likes}, \text{Don't likes}, \text{\#comentarios})]}{\text{Vistas reportadas}} * 100$$

2) Nivel de identificación con el productor:

$$\frac{[\text{\#Suscripciones derivadas}]}{\text{Vistas reportadas}} * 100$$

3) Nivel de propagación (viralidad):

$$\frac{[(\#Veces\ compartido)]}{Vistas\ reportadas} * 100$$

De los indicadores, se consideró de mayor relevancia al tercero, al reportar directamente la propagación. Los otros se consideraron para realizar contrastes y correlaciones entre la propagación y las otras características de comportamiento de las producciones audiovisuales.

Para conformar el corpus del presente trabajo, las producciones (de más de 20 mil vistas) se ordenaron de acuerdo al nivel de propagación y de esta manera se estableció el *top ten* de los vídeos más virales del movimiento, que conformó el corpus del presente trabajo (Tabla 1).

Tabla 1: Lista *top ten* de vídeos por nivel de propagación

1.	Título: <i>Ayotzinapa Vive</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=QLXeHwazSjQ&feature=youtu.be&app=desktop
2.	Título: <i>Discurso por Ayotzinapa desde Tolouse Francia.</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=tpWL9CejoZk
3.	Título: <i>Performance Ayotzinapa. Estudiantes y maestros de la ENAT</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=fXi2OS42dMU
4.	Título: <i>#RegrésalosEPN #EPNBringThemBack Los queremos vivos a los 43.</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=o_GHMndeDkY
5.	Título: <i>Mexican narcogovernment #JusticeForAyotzinapa.</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=RsGDkr_NWHA
6.	Título: <i>Somos Ayotzinapa</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=ladZVQPwIII
7.	Título: <i># 43 con vida ya.</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=c0yj5UNUxNI&app=desktop#t=20
8.	Título: <i>Solidaridad India con Ayotzinapa - India in Solidarity with 43 Mexican students disappeared</i> Liga: http://www.youtube.com/watch?v=IWGneFiEGIE
9.	Título: <i>Frío se queda el embajador de México en Suiza. No esperaba el reclamo por #Atotzinapa</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=7jLBGkSgw9A
10.	Título: <i>Rafaguea la policía municipal y un comando armado a normalistas en Ayotzinapa.</i> Liga: https://www.youtube.com/watch?v=AXVgFr2XoXU

Fuente: Elaboración propia

2.2 Análisis de la autoconstrucción de la identidad de los productores sociales de sentido

Una vez ubicado el corpus del estudio, se sometieron los vídeos al análisis de la autoconstrucción de identidad de los productores, a fin de ubicar posibles relaciones entre la viralidad, la interactividad, los niveles de identificación alcanzados por los

vídeos y las características de identidad de los sujetos o grupos sociales que los subieron a la red. Adicionalmente, el análisis de identidad más de carácter descriptivo que analítico, nos permitió acercarnos a la comprensión de las dinámicas comunicativas presentes en el movimiento red.

Para analizar la construcción de identidad de los productores se revisaron: el nombre de la cuenta desde la que se subió el vídeo, si ésta permitía el anonimato o no, si hacía referencia a una organización civil u otro tipo de grupo; si la cuenta tenía ligas con páginas web, Twitter, etc. que nos permitieran conocer la identidad del grupo, es decir cómo se decidieron presentar ante sus audiencias. Se revisó adicionalmente el título y el tipo de clasificación elegidos al subir al vídeo a la red. En cuanto a características de la producción asociados con el sujeto productor de sentido, se consideraron los idiomas y el tiempo de duración.

Todos los datos fueron obtenidos de la información pública existente en la plataforma YouTube, así como del análisis de los propios vídeos. Se aclara que el tipo de productor se corroboró accediendo a cada una de las cuentas y, en algunos de los casos, leyendo comentarios y/o entablando comunicación vía correo electrónico con ellos.

3. Hallazgos

Dentro de los hallazgos del presente análisis, que no intenta generalizar ni ofrecer conclusiones finales, se identificaron algunas correlaciones que pueden ser útiles para afinar nuevas preguntas de investigación con el objetivo de comprender las peculiaridades de la comunicación a través de dichas plataformas.

Dentro de los 10 vídeos más virales, la media obtenida de acuerdo en el número de vistas reportadas fue de 133 817. El nivel máximo fue de 703 957 vistas y el menor de 20 810. La numeraria sugiere que el número de vistas y el nivel de interacción no son determinantes al definir la propagación de un vídeo dentro del movimiento red. Pudiendo un vídeo tener un número de vistas considerablemente menor que otro y tener una mayor capacidad de propagación en sí mismo. Esto puede constatarse analizando las cifras existentes entre el vídeo con mayor número de vistas reportado –703 957– y el que ocupa el primer lugar de la lista top ten de acuerdo al nivel de propagación –que solo tiene 53 880 vistas. Probablemente, el número de vistas podría efectivamente expresar cierto nivel de atracción que causa el vídeo, incluyendo si es a través de

elementos disruptivos, lo que no necesariamente se refleja en el compromiso personal por compartirlo, tal como se ejemplifica en la Tabla 2.

Tabla 2. Nivel de interacción vs. nivel de propagación

Lugar en <i>top ten</i> por % de propagación	Vídeo	Nº de vistas	% de interacción	% de propagación
1	Ayotzinapa Vive	53 880	2,52	1,73
9	Frío se queda el embajador de México en Suiza.	703 957	11,87	0,69

Fuente: Elaboración propia

Al ordenar la tabla por niveles de interacción y suscripciones, a fin de encontrar nuevas correlaciones, se obtuvo que la interactividad tampoco parece ser determinante al definir los niveles de viralidad de un vídeo, tal como ejemplifica el comportamiento de *Mexican Narcogovernment*, que obtiene el lugar #5 de acuerdo a la viralidad y que pasa al sitio #1 si la tabla se ordena de acuerdo a la interactividad (Tabla 3).

Tabla 3. Cuadro comparativo de la lista *top ten*

<i>Top Ten</i> por nivel de propagación más tipo de productor	Lugar ocupado por #suscripciones	Lugar por nivel de interacción
1. <i>Ayotzinapa Vive</i> Productor: Estudiante	1	3
2. <i>Discurso por Ayotzinapa desde Tolouse Francia</i> Productor: Colectivo de comunicación alternativa	3	9
3. <i>Performance Ayotzinapa. Estudiantes y maestros de la ENAT</i> Productor: Ciudadano activo	5	5
4. <i>#RegrésalosEPN #EPNBringThemBack Los queremos vivos a los 43</i> Productor: Blog de activismo	9	7
5. <i>Mexican narcogovernment #JusticeForAyotzinapa</i> Productor: Periodistas en red	2	2
6. <i>Somos Ayotzinapa</i> Productor: ONG	4	4
7. <i>#43 con vida ya</i> Productor: Estudiante	10	8
8. <i>Solidaridad India con Ayotzinapa - India in Solidarity with 43 Mexican students disappeared</i> Productor: Estudiante	8	6
9. <i>Frío se queda el embajador de México en Suiza. No esperaba este reclamo por #Atotzinapa</i> Productor: Colectivo de comunicación alternativa	6	1
10. <i>Rafagua la policía municipal y un comando armado a normalistas en Ayotzinapa.</i> Productor: Colectivo de comunicación alternativa	7	10

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior pareciera confirmar la hipótesis de que la interactividad muestra la capacidad de atracción y reacción que un vídeo genera en los usuarios y no el potencial que tiene para propagarse necesariamente. Lo que nos remite a la tesis de Jenkins sobre la diferencia entre un material atractivo y uno proclive a ser diseminado.

En cuanto a la autoconstrucción de la identidad de los productores, se identificaron seis tipos: estudiantes mexicanos y extranjeros; organizaciones no gubernamentales (ONG); ciudadanos independientes que participan en marchas y suben vídeos a su cuenta personal de YouTube; blogs sobre activismo desarrolladas profesionalmente; colectivos de comunicación alternativa; y periodistas profesionales en red. En el *top ten* de vídeos más virales clasificados por tipo de productores, la composición se da de la siguiente manera: (3) estudiantes, (3) colectivos, (1) periodistas, (1) blog, (1) ciudadano y (1) ONG; siendo los vídeos producidos por estudiantes los que se colocan mejor dentro de la tabla.

Si se compara el comportamiento de los vídeos bajo los otros indicadores y se revisa el movimiento de tendencias en la lista *top ten* modificada, se encuentra que dentro de los dos grupos predominantes en la tabla *top ten* (estudiantes y colectivos) las tendencias son muy diferentes: los vídeos realizados por colectivos tienen mejor tendencia como grupo si la lista se ordena por número de suscriptores; en cambio, los vídeos realizados por estudiantes logran mejores posiciones (lugares 1, 7 y 8) si se hace la clasificación por viralidad. Esto pudiera asociarse con la autoconstrucción de identidad de cada grupo, es decir, pudiera existir una relación entre la propuesta de reflexividad asociada a la identidad y el efecto del vídeo en la audiencia.

Esta hipótesis la planteamos dado que los grupos comparten características en la autoconstrucción de identidad. En el caso de los estudiantes, los títulos y/o cuentas hacen referencia a mensajes que mueven a la solidaridad y esperanza a través de vídeos cortos (promedio de 3 min y 09 s) y llamativos, que son producidos en alta calidad y en varios idiomas (Tabla 4). Si añadimos que catalogan los vídeos con mayor referencia al entretenimiento, se fortalece la hipótesis de que la construcción de su identidad apunta más a la resistencia que a la propuesta de un proyecto político alternativo. En estos pudimos encontrar cuentas personales y rostros de los productores –menor referencia al anonimato– y no existe consistencia en las categorías con las que catalogan sus vídeos. El proyecto de resistencia de este grupo se relaciona con una identidad juvenil, global y políglota, que propone un proyecto reflexivo para generar empatía y ampliar el imaginario de los internautas sobre un caso que no debe ser tolerado en el mundo y que

utiliza elementos de atracción para expandir su mensaje en el ecosistema digital.

Tabla 4. Características proyecto estudiantes

Título	Categoría	Imagen
Ayotzinapa Vive	Gente y blogs	

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, los colectivos construyen sus cuentas y títulos con mensajes más disruptivos, ligados a una identidad de proyecto que no sólo se relaciona con el caso Ayotzinapa sino con un proyecto político distinto al del gobierno de Enrique Peña Nieto y del neoliberalismo. Lo anterior se confirma con la catalogación elegida por este grupo que estuvo situada entre *activismo-ONG* y *noticias-política*. Por otra parte, los colectivos protegen sus identidades personales y desafían las advertencias sobre las tendencias de atracción, proponen así un proyecto reflexivo con títulos y mensajes confrontantes a través propuestas de menor calidad audiovisual y de larga duración (promedio de 8 min y 26 s) donde el acento está en el contenido del mensaje político y en el testimonio de eventos de activismo que suceden alrededor del mundo (Tabla 5).

Tabla 5. Características proyecto colectivos

Título	Categoría	Imagen
Frío se queda el embajador de México en Suiza. No esperaba este reclamo por #Ayotzinapa	Noticias y política	

Fuente: Elaboración propia

Pese a no cumplir con reglas de atracción, logran tres posiciones en la tabla de viralidad (lugares 2, 9 y 10). Una posibilidad es que el aumento en los suscriptores que sufre este grupo, pudiera ser uno de los motivos para explicar esta tendencia, puesto que apunta al capital simbólico local y global que han ido logrando con el tiempo con grupos que comparten la identidad de su proyecto a escala nacional y global.

Conclusiones

El presente análisis arrojó una diferencia existente entre los niveles de viralidad, interactividad y número de suscriptores alcanzados de acuerdo a dos grupos bien identificados con proyectos de reflexividad diferentes. Por un lado los estudiantes y por el otro colectivos de comunicación alternativa. Si bien ambos grupos alcanzaron un alto nivel de viralidad y representatividad en la lista *top ten* (sumando juntos el 60%) pareciera que lo logran mediante mecanismos muy distintos. Los primeros parecen respetar las reglas de atracción comercial y adicionalmente tener alto nivel de propagación por el proyecto reflexivo que proponen, pero a la vez desafían otras tendencias, como su menor conocimiento en el manejo de la plataforma y su canal sin trayectoria dentro de la comunidad de internautas. Por su parte, los colectivos parecen conseguir la propagación a través de su capital simbólico, de sus redes de contactos, su reputación previa y desafiando algunas de las características de atracción. Si bien no podemos hacer afirmaciones concluyentes, podemos sugerir que el comportamiento de la viralidad en los movimientos sociales no siempre va de la mano con los estudios sobre tendencias que se realizan de manera genérica y que existen variaciones de acuerdo a los productores. Por ello es que surge la necesidad de seguir abordando el estudio de las tendencias de viralidad de los mensajes que se dispersan en el ecosistema digital y que en ocasiones se convierten en un contrapoder con sus propios valores y discursos que desafían a los poderes tradicionales.

Bibliografía

- Animal Político (2014). Peña Nieto enfrenta una “caída histórica” de su aprobación. *Animal Político*. Recuperado de <http://www.animalpolitico.com/2014/12/tras-los-43-normalistas-desaparecidos-la-casa-en-lomas-y-protestas-pena-nieto-enfrenta-caida-historica-de-aprobacion/>.
- AMIPCI (2014). *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014*. Recuperado de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internet

[ernauta Mexicano 2014 V MD.pdf](#).

- Beck, U. (2007). Teoría de la Sociedad del riesgo. En Giddens et al. (2007), *Las consecuencias perversas de la Modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Castells, M. (2004). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. II. El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope. Social movements in the Internet Age*. Malden: Polity Books.
- Gómez, R., Hernández, M. y Muñoz, H. (2012). Comunidades virales, la clave del marketing viral. En Pérez J. *Estructura del mercado viral: resultados* (pp. 128-150). Málaga: EUMED.
- Hall, S., Evans, J., i Nixon, S. (2013). *Representation*. London: SAGE.
- Jackson, M. (2002). *The politics of storytelling. Violence, transgression and intersubjectivity*. Copenhagen: Museum Tusculanum Press.
- Jenkins, H. (2013). *Spreadable Media*. New York: NYU Press.
- Lo Que Sigue TV [Lo Que Sigue TV]. (2014/10/19). #RegrésalosEPN #EPNBringThemBack Los queremos vivos a los 43. [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=o_GHMndeDkY.
- Mientras tanto en México. [Mientras tanto en México]. (2014/10/10). *Mexican narcogovernment #JusticeForAyotzinapa* [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=RsGDkr_NWHA.
- Nos, E., Iranzo, A., y Farné, A. (2012). La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: Los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 209-237.
- Ojo ambulante. [Ojoambulante]. (2014/10/13). *Somos Ayotzinapa* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=1adZVQPwIII>.
- Personajes México [Personajes México]. (2014/11/03). *Frío se queda el embajador de México en Suiza. No esperaba el reclamo sobre # Ayotzinapa* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7jLBGkSgw9A>.
- Personajes México [Personajes México]. (2014/09/27). *Rafaguea la policía municipal y un comando armado a normalistas en Ayotzinapa*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AXVgFr2XoXU>.
- Reynoso, G. [Guillermo Reynoso]. (2014/10/17). *Performance Ayotzinapa. Estudiantes y maestros de la ENAT*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=fXi2OS42dMU>.
- Trejo, M. [Miguel Trejo]. (2014/10/13). #43 con vida ya [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=c0yj5UNUxNI&app=desktop#t=20>.
- Silverstone, R. (2007). *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- SubVersiones [SubVersiones]. (2014/11/01). *Discurso por Ayotzinapa desde Tolouse Francia* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tpWL9CejoZk>.
- Todos somos Ayotzinapa. [Todos somos ayotzinapa]. (2014/10/12). *Ayotzinapa Vive* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=QLXeHwazSjQ&feature=youtu.be&app=desktop>.
- Van Dijk, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History Of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Vern. [Vern]. (2014/11/05). *Solidaridad India con Ayotzinapa - India in Solidarity with 43 Mexican students disappeared* [Archivo de vídeo]. Recuperado de

<http://www.youtube.com/watch?v=IWGneFiEGIE>.

Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Biografía

María Concepción Castillo González es profesora en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Querétaro. Estudiante de Doctorado en Estudios Humanísticos, se graduó como Maestra en Estudios Humanísticos con especialidad en Ética y es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Es especialista en Desarrollo Comunitario por la Universidad Autónoma de Querétaro. Ha colaborado en el diseño y gestión de proyectos sociales con organismos civiles, empresas y dependencias de gobierno. Ha realizado investigaciones sobre ética empresarial y sociedad civil. Se especializa en temas de sociedad civil, democracia y cultura de paz. Correo electrónico: ccastill@itesm.mx.

María Elena Meneses Rocha es Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actual profesora e investigadora de la Escuela de Posgrado en Humanidades y Ciencias Sociales del Tecnológico de Monterrey y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Se especializa en Sociedad de la Información, Internet y Cultura digital. Autora de *Periodismo Convergente. Tecnología, Medios y Periodistas en el Siglo XXI* y de *Ciberutopías. Democracia, Redes sociales y Movimientos-red* actualmente en prensa. Dirige la revista científica *Virtualis* del Tecnológico de Monterrey especializada en cibercultura. Preside la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC para el bienio 2013-2015. Correo electrónico: marmenes@gmail.com.

El salto virtual del debate colectivo: potencialidades y limitaciones de las nuevas plataformas para la deliberación y la toma de decisiones ciudadanas

The virtual turn of collective debate: potentialities and limitations of the new platforms for citizenship deliberation and decision-making

Francisco José Francés García, Universidad de Alicante

Resumen

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación han emergido en los últimos años como el principal cambio en la conformación de redes de acción colectiva y en la mutación de los canales que sustentan el debate público. En este ámbito, la reciente aparición de plataformas virtuales para la deliberación ha contribuido a transformar profundamente la naturaleza de la acción participativa, tanto en su concepción expresiva como instrumental. Dichas nuevas herramientas se caracterizan esencialmente por proporcionar un soporte que aúna la posibilidad del debate plural en torno a asuntos políticos y cambio social, y a la vez integra en él (en grados muy diversos como se comprobará) la toma de decisiones como fruto de la deliberación colectiva. Estas propiedades les dotan de una naturaleza que no es asimilable a aplicaciones virtuales de comunicación política netamente discursivas, y perfilan un objetivo expreso de simular las características propias de un ágora presencial, ofreciendo un incentivo participativo a través de su intento por solventar las limitaciones y condicionantes espacio-temporales o de amplitud poblacional propios de la interacción comunicativa tradicional.

La integración del componente expresivo e instrumental de la participación ciudadana que abordan este tipo de plataformas y aplicaciones, plantea sin duda un reto en el ya amplio debate académico en torno al alcance real de Internet como esfera significativa para conformación de voluntad colectiva y cambio político, que hasta ahora quedaba escindido entre escépticos y partidarios.

La propuesta se articula a partir de la exploración y análisis comparativo de las principales plataformas y aplicaciones virtuales en español para la deliberación y la toma de decisiones colectivas. A efectos de análisis se establecen criterios evaluativos combinando las propuestas dimensionales desarrolladas por Coleman y Götze (2001) y Dahlgren (2005) para cuestiones relativas a Internet, comunicación y deliberación política, con especial énfasis en el análisis diferencial de las capacidades estructurales e interactivas de cada una de las herramientas.

Palabras clave

Democracia; deliberación pública; participación ciudadana; toma de decisiones; nuevas tecnologías.

Abstract

Information and communications technologies have emerged in recent years as the main change in the creation of networks of collective action and mutation of the ways that sustain public debate. In this area, the recent emergence of virtual platforms linked to deliberation has deeply transformed the nature of participatory action, both in its expressive design as instruments. Such new tools are essentially characterized by providing a medium that combines the possibility of plural debate about political and social change, and at the same time it integrates (at very varying degrees as it will see) the process of decision-making as a result of collective deliberation. These properties

give them a nature, which is not equivalent to virtual political communication applications that are purely discursive, and outline an explicit purpose of simulating the characteristics of traditional agora, offering participative incentives through his attempt to overcome the limitations and space-time conditions of traditional communicative interaction.

The integration between the expressive and instrumental component of citizen participation that address this type of platforms and applications, poses a challenge in the already broad academic debate over the actual reach of the Internet as a significant area for formation of collective will and political change, which until now was splintered between skeptics and supporters.

The proposal is based on exploration and comparative analysis of the main platforms and virtual applications in Spanish for deliberation and collective decision-making. For the purposes of analysis, we establish evaluation criteria combining the dimensional proposals developed by Coleman and Götze (2001) and Dahlgren (2005) for issues related to Internet, communication and political deliberation, with special emphasis on the differential analysis of structural and interactive capabilities in each of the tools.

Keywords

Democracy; public deliberation; citizen participation; decision-making; new technologies.

Introducción

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han emergido en los últimos años como el principal cambio en la conformación de redes de acción colectiva y en la mutación de los canales que sustentan el debate público. Y en este ámbito, la reciente aparición de plataformas virtuales para la deliberación ha contribuido a transformar profundamente la naturaleza de la acción participativa, tanto en su concepción expresiva como instrumental. Dichas nuevas herramientas se caracterizan esencialmente por proporcionar un soporte que aúna la posibilidad del debate plural en torno a asuntos políticos y cambio social, y a la vez integra en él (en grados muy diversos como se comprobará) la toma de decisiones como fruto de la deliberación colectiva. Estas propiedades les dotan de una naturaleza que no es asimilable a aplicaciones de comunicación política netamente discursivas como pueden ser Twitter, Facebook, blogs o páginas web, y perfilan un objetivo expreso de simular las características propias de un ágora presencial, ofreciendo un incentivo participativo a través de su intento por solventar las limitaciones y condicionantes espacio-temporales o de amplitud poblacional propios de la interacción comunicativa tradicional.

La propuesta se articula a partir de la exploración y análisis comparativo de las principales plataformas y aplicaciones virtuales en español para la deliberación y la

toma de decisiones colectivas: Appgree, Loomio, Agoravoting, Sarepolis y Civitana¹. A efectos de análisis se establecen criterios evaluativos combinando las propuestas dimensionales desarrolladas por Coleman y Götze (2001) y Dahlgren (2005) para cuestiones relativas a Internet, comunicación y deliberación política, con especial énfasis en el análisis diferencial de las capacidades estructurales (propiedad, regulación, control, privacidad, seguridad, facilidad de uso, roles de intermediación y naturaleza de la información), representacionales (acreditación, pluralismo de voces permitida y definición de la agenda), e interactivas (configuración el proceso comunicativo, modo de notificación, tiempos dedicados al debate, y formas de deliberación y decisión) de cada una de las herramientas. Los resultados permitirán establecer las principales potencialidades y limitaciones que estas aplicaciones en su recorrido aportan al campo de estudio de la participación política y el cambio social, tanto en términos teóricos como pragmáticos.

1. La deliberación on-line: algunos aspectos para asentar la cuestión

La emergencia del enfoque (o enfoques) de teoría deliberativa es quizás una de las innovaciones más sugerentes en los tiempos recientes del análisis institucional y el estudio de las democracias contemporáneas. El elemento definatorio de la democracia deliberativa, a la vez que su fundamentación procesual, reside en el hecho de que “los individuos participantes en procesos democráticos son susceptibles de cambiar sus opiniones y preferencias como resultado de la reflexión inducida por la deliberación” (Dryzek, 2000: 31).

El reto de comprender la potencialidad de los ciudadanos individuales dentro del campo de la toma de decisiones en relación con la acción pública es sin duda un ejercicio complicado, que se acentúa por cuanto cualquier premisa de análisis debe partir del reconocimiento de la complejidad social existente en las democracias modernas. Dicha intención de estudio, al mismo tiempo, se torna necesaria por cuanto constituye un campo de investigación que trasciende al mero debate académico para situarlo dentro del pragmatismo del cambio social promovido desde la esfera institucional. Esta traslación se concreta en lo que algunos autores han dado en llamar un nuevo modelo de *Participatory Institutional Arrangements* (DeCaro y Stokes, 2013: 8; Dover y Lawrence, 2010: 306) o *Participatory Governance Arrangements* (Bassoli,

¹ Ver: Appgree (<http://www.appgree.com>), Loomio (<https://www.loomio.org>), Agoravoting (<https://agoravoting.com>), Sarepolis (<http://www.sarepolis.net>) y Civitana (<https://www.civitana.org>).

2012: 1186; Wampler, 2012: 341), dentro del sentido amplio del concepto de *Empowered Participatory Governance* desarrollado por Archon Fung y E. O. Wright (2001; 2003; Fung, 2004), como diseño institucional ideal propuesto para la toma deliberativa de decisiones y la solución pragmática de problemas específicos entre participantes sobre un tema de interés común (Baiocchi y Ganuza, 2014: 32). El despliegue de dicho modelo consecuentemente requiere nuevos arreglos institucionales entre gestores o representantes públicos y ciudadanía, basados esencialmente en los principios tanto de interacción horizontal como de presencia regular y garantizada de los segmentos de población interesados o afectados por las decisiones públicas (Schmitter, 2002: 56).

Uno de los aportes más recientes dentro del giro empírico de la democracia deliberativa, en busca de las condiciones que favorezcan del despliegue pragmático de las premisas propias de este enfoque ha sido el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como estrategia para solventar las limitaciones y condicionantes espacio-temporales o de amplitud poblacional característicos de la interacción comunicativa tradicional de la ciudadanía en la esfera pública. Ello ha supuesto toda una eclosión de herramientas tecnológicas orientadas a posibilitar el despliegue de posibilidades de deliberación colectiva on-line, cuyo alcance, capacidad de cambio social y ajuste a las expectativas de la teoría deliberativa está aún en gran medida por determinar (Price, 2006).

A pesar de todo el despliegue de herramientas virtuales para la deliberación, hoy en día las iniciativas on-line de reflexión colectiva y decisión sobre asuntos públicos continúan siendo marginales en comparación con otros mecanismos tradicionales de debate público. En los últimos años, y para el caso español, cabe destacar algunas experiencias de este tipo en relación a la reasignación o priorización de recursos y públicos (ejemplos de ellos son los procesos de presupuestos participativos en algunas ciudades como Petrer, Sevilla, Málaga, etc.), la elaboración de normativas municipales (por ejemplo el Reglamento de Participación Ciudadana de Villena) o autonómicas (el caso de Aragón Participa), la selección de servicios públicos (Cadrete), la definición de la organización interna de fuerzas políticas (el ejemplo de Podemos). Pero en cualquier caso este tipo de experiencias no dejan de ser algo todavía observado como excéntrico o una rareza a observar en la práctica institucional cotidiana.

Las razones de esta escasa utilización son múltiples, basculando desde las reticencias propias de la administración pública tradicional a la introducción de

mecanismos participativos de alcance decisorio en la configuración de políticas públicas, a las argumentaciones que ven en este tipo de iniciativas una nueva vía de refuerzo de la desigualdad de oportunidades derivada de la llamada brecha digital, que no haría sino ampliar las opciones de influencia de un segmento determinado de la ciudadanía sobre otro que continúa ajeno al proceso de alfabetización digital. No es objeto de este texto debatir cuestiones relativas a la modernización administrativa y su apertura hacia criterios de e-gobernanza (entendiendo la e-gobernanza como la estrategia institucional de uso de TIC para el diseño de políticas públicas), ni tampoco ampliar el debate académico sobre los múltiples impactos que ejerce la brecha digital sobre determinados perfiles de población. Pero sí es nuestro objetivo apuntar algunos elementos propios de las características intrínsecas de la deliberación pública on-line para minimizar algunos de condicionantes inhibidores de estos frentes de debate.

Más allá de estas cuestiones, la integración del componente expresivo e instrumental de la participación ciudadana que abordan este tipo de plataformas y aplicaciones de deliberación on-line, plantea sin duda un reto en el ya amplio debate académico en torno al alcance real de Internet como esfera significativa para conformación de voluntad colectiva y cambio político. Aún en la actualidad podemos encontrar argumentaciones muy opuestas oponiendo a los que podríamos calificar como escépticos y partidarios de la deliberación ciudadana on-line (un buen resumen de estas oposiciones lo podemos encontrar en Resina, J., 2010). Entre los enfoques escépticos (ejemplos de ello podrían ser Fishkin, 2000; Putnam, 2000; Galston, 2003; o Margolis y Resnick, 2000), las críticas a las insuficiencias o disfunciones que genera este modo de debate público son muy diversas. Se argumenta que la mayor parte de los asuntos públicos incorporan decisiones excesivamente complejas como para ser abordadas desde una plataforma no presencial, que el intercambio de información acaba siendo controlado por los líderes políticos y los técnicos expertos en las cuestiones, que polariza opiniones en los debates, que fragmenta excesivamente la información debatida, o que aporta un escaso potencial de transformación social. En el lado contrario, hallamos también abundancia de partidarios a estos nuevos modos de deliberación colectiva (algunos ejemplos podrían ser Coleman y Gøtze, 2001; Rains, 2005; Simone, 2008; Janssen y Kies, 2004; o Stromer-Galley, 2003). Sus argumentos en defensa de este tipo de plataformas deliberativas también son de muy distinta naturaleza. Algunos de los más utilizados sería que este modo de deliberación permite el preservar el anonimato de los participantes, que reduce la posibilidad de patrones de

dominación en el debate, que permite una comunicación no centralizada, que produce un mayor intercambio y fluidez de ideas, o que contribuye a generar nuevas comunidades.

2. Las plataformas virtuales de deliberación en español: un análisis comparado

Peter Dahlgren (2005), al analizar los espacios en las democracias que permiten la circulación de información, ideas y debates, con el fin de facilitar puentes comunicativos entre los ciudadanos, establece tres dimensiones básicas a considerar: estructuras, representación e interacción. La dimensión estructural centra su atención básicamente en cuestiones básicas de inclusión democrática tales como la libertad de expresión, la configuración de las normas reguladoras del proceso comunicativo y la propia arquitectura del dispositivo comunicativo. La dimensión representacional, por su parte, realiza un énfasis especial en aspectos relacionados con la composición tanto de la información como de los participantes que integran el proceso comunicativo. Aquí son relevantes cuestiones tales como la veracidad, exactitud o exhaustividad de la información, el pluralismo de opiniones, o el establecimiento de la agenda comunicativa. Finalmente, la dimensión interactiva se halla relacionada con aquellos aspectos ligados intrínsecamente a los modos de intercambio dentro del proceso comunicativo, incluyendo cuestiones como los modos en que circula la información, la forma en que se genera el output deliberativo, y en general todo aquello vinculado a las prácticas discursivas.

Coleman y Götze (2001), por su parte, introducen una serie de elementos clave a tener en cuenta en el diseño de tecnologías digitales para la deliberación pública con el fin de garantizar en lo posible la incorporación de amplios segmentos de población al debate colectivo. Entre ellos destacan la accesibilidad para determinados grupos poblacionales, la facilidad de uso como factor clave de éxito, la seguridad para garantizar la integridad virtual de los participantes, la legibilidad en términos del lenguaje utilizado, la acreditación de los participantes en los diferentes niveles de debate, o el rol de los intermediarios como facilitadores y administradores del proceso deliberativo. Gran parte de estos indicadores han sido recogidos también en los trabajos desarrollados por Janssen y Kies (2004).

Para el presente trabajo hemos integrado ambas aportaciones con el fin de diseñar una matriz evaluativa aplicada a las principales plataformas de deliberación on-line existentes actualmente en idioma español. El hecho de circunscribirse únicamente a aplicaciones en español responde a la naturaleza excluyente de primer nivel que supone el idioma de la plataforma para la incorporación de amplios segmentos ciudadanos en España. Las cinco plataformas analizadas han sido Appgree, Loomio, Agoravoting, Sarepolis y Civitana.

El objetivo no es únicamente revelar las potencialidades y limitaciones de las diferentes alternativas de deliberación on-line, sino más allá, intentar contribuir al esclarecimiento del uso diferencial que cada una puede aportar en función de los fines perseguidos al abrir un proceso de deliberación virtual colectiva.

La matriz evaluativa resultante en la aplicación del análisis combina dimensiones e indicadores a partir de los referentes teóricos, quedando de la siguiente forma (Tabla 1):

Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la matriz evaluativa

<p>DIMENSIÓN ESTRUCTURAL</p> <p>Hace referencia a la configuración y diseño de la plataforma comunicativa, tanto en su presentación como en la lógica interna sobre la que opera el debate público.</p>
<p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Propiedad</i>: Derechos de uso y modificación en relación al software y a los códigos de programación. 2. <i>Regulación</i>: Existencia o no de niveles diferenciados de usuarios con capacidad asimétrica de acción en el planteamiento y desarrollo del proceso. 3. <i>Privacidad</i>: Identificación o anonimato en las acciones llevadas a cabo por los participantes. 4. <i>Seguridad</i>: Protección ante ataques o disfunciones de identidad o contenidos en la plataforma de debate. 5. <i>Facilidad de uso</i>: Importancia dada por los diseñadores a las cuestiones de accesibilidad y lenguaje utilizado en la aplicación. 6. <i>Roles de intermediación</i>: Importancia de los roles de los coordinadores o impulsores en la formulación de la información y la definición del proceso. 7. <i>Naturaleza de la información</i>: Concepción del uso finalista de la plataforma: realización de propuestas, establecimiento de debates colectivos, votación o valoración distributiva de los posicionamientos, priorización de ideas.
<p>DIMENSIÓN REPRESENTACIONAL</p> <p>Hace referencia a composición de los participantes y de la información que integran el proceso de debate público.</p>
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Acreditación</i>: Necesidad de identificación de los participantes a través de documentos oficiales, correos electrónicos, o creación de usuarios. • <i>Pluralismo de voces permitida</i>: posibilidad de sanción o eliminación de opiniones extremas. • <i>Definición de la agenda</i>: Existencia o no de control externo a los participantes de la agenda (temas, decisiones, forma de organización, etc.) del debate en curso.

DIMENSIÓN INTERACTIVA

Hace referencia a Los aspectos comunicativos intrínsecos dentro del debate público, tanto en relación al intercambio de información como en la definición interactiva de las reglas del proceso.

Indicadores:

- *Configuración del proceso comunicativo*: Formas en que se intercambia la información entre los participantes dentro del proceso. Direccional (los participantes esencialmente responden o se posicionan ante temas que les son planteados) o abierta (los participantes pueden introducir nuevos ítems para el debate colectivo).
- *Modo de notificación*: Existencia o no de alertas comunicativas que permitan seguir el debate a lo largo del tiempo.
- *Tiempos dedicados al debate*: Definición externo o no del tiempo necesario antes de la toma de decisiones en el proceso.
- *Formas de decisión*: Mecanismos existentes para la toma final de decisiones en el proceso: distributiva (por votación individual de las propuestas existentes) o por consenso (aceptación de la decisión por consensos amplios entre los participantes).

Fuente: Elaboración propia

Una vez aplicados los indicadores en un análisis de la naturaleza y funcionamiento de las cinco plataformas estudiadas, los resultados son los siguientes (Tabla 2):

Tabla 2. Matriz evaluativa de plataformas de deliberación on-line

DIMENSIONES	CRITERIOS	Appgree	Loomio	Agoravoting	Sarepolis	Civitana
Análisis diferencial de las capacidades estructurales	Propiedad	Software propietario	Software libre Código abierto	Software libre Código abierto	Software propietario	Software propietario
	Regulación	Asimétrica	Simétrica	Asimétrica	Asimétrica	Asimétrica
	Privacidad	Anonimato	Identificación	Anonimato	Identificación	Identificación
	Seguridad	Dependiente de la apertura del proceso	Dependiente de la apertura del proceso	Elevada	Dependiente de la apertura del proceso	Elevada
	Facilidad de uso	Fácil	Pérdidas razonables	Pérdidas razonables	Pérdidas razonables	Pérdidas razonables
	Roles de intermediación	Elevados	Bajos	Medios	Elevados	Elevados
	Naturaleza de la información	Propuesta Votación	Propuesta Deliberación Votación	Propuesta Votación Priorización	Propuesta Deliberación Votación Priorización	Propuesta Deliberación Votación
Representacional	Acreditación	Publica con inscripción	Pública con inscripción	Pública con inscripción	Pública con inscripción	Pública con acreditación de identidad
	Pluralismo de voces permitida	Sin control	Controlado por los usuarios	Sin control	Controlado por los coordinadores	Controlado por los coordinadores
	Definición de la agenda	Definición externa al debate	Definición interna en el debate	Definición externa al debate	Definición externa al debate	Definición externa al debate
Interactiva	Configuración del proceso comunicativo	Unidireccional Un solo debate simultáneo	Multidireccional Varios debates simultáneos	Unidireccional Un solo debate simultáneo	Multidireccional Un solo debate simultáneo	Unidireccional Un solo debate simultáneo
	Modo de notificación	Con avisos configurable	Con avisos configurable	Con avisos configurable	Con avisos configurable	Con avisos configurable
	Tiempos dedicados al debate	Definidos por los coordinadores	Definidos por los usuarios	Definido por los coordinadores	Definidos por los coordinadores	Definidos por los coordinadores
	Formas de decisión	Distributiva	Por consenso Distributiva	Distributiva	Distributiva Por priorización	Distributiva

Fuente: Elaboración propia

3. Resultados y conclusiones

Antes de exponer los resultados del análisis propuesto, es necesario remarcar que dichos resultados deben adscribirse en cualquier caso en la finalidad exploratoria de la investigación llevada a cabo. Una elección obligada, por otra parte. Desafortunadamente, en el momento de la escritura de este texto el corpus de experiencias empíricas que han protagonizado este tipo de plataformas es aún muy incipiente, no permitiendo plantear acciones de inferencia ni de generalizaciones empíricas para las experiencias llevadas a cabo. Por lo tanto la investigación conscientemente deja al margen aquellos aspectos ligados al contenido debatido en las experiencias y a los resultados pragmáticos de éstas, desplazando el foco de atención hacia un análisis comparativo de las arquitecturas deliberativas integradas en las plataformas escogidas. El objetivo principal por lo tanto, es abordar las capacidades infraestructurales que estas aplicaciones proporcionan y examinar si estas son capaces de captar en su diseño los retos teóricos de la deliberación colectiva on-line.

Centrados en esta cuestión, como se observa por la tabla de los indicadores evaluativos, existe un suficiente sustrato de posibilidades técnicas ya operativas para desplegar experiencias de deliberación colectiva on-line. En lo esencial, las aplicaciones analizadas se caracterizan por el papel motriz de las personas impulsoras de los debates, que asumen el control de la agenda y determinan los tiempos para el debate, así como el control sobre las formas de decisión. En lo referente al espectro comunicativo que proporcionan, cabe destacar en la mayoría de ellas la atención expresa hacia la disposición de un espacio de debate previo a la toma de decisiones con el fin de transformar las preferencias iniciales de los participantes, aunque la mayor parte desembocan en la utilización como dispositivo decisorio para la salida deliberativa mecanismos distributivos de agregación de voluntades individuales, como es el caso de la votación.

Puestos los resultados en diálogo con los criterios teóricos de la deliberación on-line expuestos en la introducción, los resultados indican que estas nuevas plataformas, en su conjunto, alcanzan de forma desigual sus objetivos. En relación a las dimensiones que se ocupan del análisis diferencial de las capacidades estructurales y la capacidad de representación, ciertamente los diseños analizados incorporan una apuesta muy interesante para proporcionar las condiciones que permiten al debate colectivo trasladarse a un ámbito virtual, incorporando garantías deliberativas y permitiendo una

capacidad inclusiva de participantes muy amplia, condicionada únicamente por las premisas propias de la brecha digital. Por el contrario, en lo referente a la dimensión interactiva, los resultados indican que estas plataformas no consiguen desbordar dos de las críticas que con frecuencia se hallan presentes en el análisis habitual de experiencias participativas de deliberación presencial: el control sobre la configuración y los tiempos del proceso comunicativo (que en la mayor parte de los diseños analizados es unidireccional y asimétrico en términos de capacidades) y el modo de resolución de las decisiones (donde los resultados muestran que se priman los mecanismos distributivos, subordinando la función del debate únicamente a fines de conformación o en el mejor caso de transformación de voluntades, para terminar privilegiando el voto individual como mecanismo de decisión).

De estos condicionantes se derivan potencialidades y limitaciones de uso en términos de interacción comunicativa, pero la elección de una u otra aplicación responde en la mayoría de experiencias analizadas al objetivo de la propuesta inicial, ya sea éste la búsqueda de posicionamientos individuales y agregados en torno a los problemas planteados o el intercambio de información entre sujetos con el fin de conformar colectivamente una visión común.

El análisis desarrollado se ha basado esencialmente en las características y naturaleza de las propias aplicaciones, pero sin duda las líneas de investigación futuras sobre la capacidad de estas plataformas para captar de forma exitosa los procesos colectivos de deliberación on-line pasan por el análisis del contenido de los debates desarrollados en ellas. Ello no es posible por el momento al no existir un número representativo de procesos desarrollados en España en estas aplicaciones. En este sentido, y siguiendo las hipótesis elaboradas por Janssen y Kies (2004), sería muy interesante una vez se disponga de material suficiente para el análisis de contenido y discurso, abordar cuestiones tales como el diferencial deliberativo que aportan los diferentes actores políticos involucrados en los debates (cabe esperar que no será el mismo en el caso de representantes públicos, representantes de organizaciones sociales o ciudadanía a título individual), la cultura política y la ideología predominante entre los participantes en este tipo de plataformas, las formas predominantes de argumentación, o el impacto diferencial sobre los participantes que puede generar la naturaleza del tema sometido a deliberación colectiva.

Bibliografía

- Baiocchi, G. y Ganuza, E. (2014). Participatory Budgeting as if emancipation mattered. *Politics & Society*, 42(1), 29-50.
- Bassoli, M. (2012). Participatory Budgeting in Italy: An Analysis of (Almost Democratic) Participatory Governance Arrangements. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(6), 1183-1203.
- Coleman, S. y Gøtze, J. (2001). *Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation*. London: Hansard Society.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22, 147-162.
- Decaro, D. y Sokes, M. (2013). Public participation and institutional fit: a social-psychological perspective. *Ecology and Society*, 18(4): 40.
- Dover, G. y Lawrence, T. (2010). A gap year for institutional theory: Integrating the study of institutional work and Participatory Action Research. *Journal of Management Inquiry*, 19(4), 305-316.
- Dryzek, J. (2000). *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press.
- Fishkin, J. S. (2000). Virtual democratic possibilities: Prospects for Internet democracy. Ponencia presentada en el Congreso *Internet, Democracy and Public Goods*, Belo Horizonte, Brazil, Noviembre 2000.
- Fung, A. (2004). *Empowered participation: Reinventing urban democracy*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Fung, A. (2006). Varieties of participation in complex governance. *Public Administration Review*, special issue, 66-75.
- Fung, A. y Wright, E. O. (2001). Deepening democracy. Institutional innovations in empowered participatory governance. *Politics and Society*, 29(1), 5-41.
- Fung, A. y Wright, E. O. (2003). *Deepening Democracy: Institutional Innovations in Empowered Participatory Governance*. London: Verso.
- Galston, W. (2003). If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution?. En D. Anderson y M. Cornfield (Eds.), *The civic web: online politics and democratic values* (pp. 35-44). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Janssen, D. y Kies, R. (2004). Online Forums and Deliberative Democracy: Hypotheses, Variables and Methodologies, e-Working Papers 2004/01 Prepared for the Conference on "Empirical Approaches to Deliberative Politics". Florence: European University Institute, 22-23 May 2004.
- Margolis, M. y Resnick, D. (2000). *Politics as usual: The cyberspace "revolution"*. London: Sage.
- Price, V. (2006). Citizens Deliberating Online: Theory and Some Evidence. En T. Davies y B. Simone Noveck (Eds.), *Online Deliberation: Design, Research, and Practice* (pp. 1-22). Stanford: CSLI Publications.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Rains, S. (2005). Leveling the organizational playing field – virtually. *Communication Research*, 32, 193-234.
- Resina de la Fuente, J. (2010). Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana. *Mediaciones Sociales*, 7, 143-164.
- Schmitter, P. (2002). Participation in governance arrangements: is there any reason to expect it will achieve 'sustainable and innovative policies in a multi-level

- context'?. En J. Grote y B. Gbikpi (Eds.), *Participatory governance*. Opladen: Leske & Budrich.
- Simone, M. (2008). Mediated Networks for Deliberative Democracy: Connecting Enclave and Shared Spheres. Conference Papers, *National Communication Association* (pp. 1-23).
- Stromer-Galley, J. (2003). Diversity of political conversation on the Internet: Users perspectives. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8,(3), 0-0. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00215.x/full>.
- Wampler, B. (2012). Entering the State: Civil Society Activism and Participatory Governance in Brazil. *Political Studies*, 60, 341-362.

Biografía

Francisco José Francés García es Doctor en Sociología y premio extraordinario de doctorado por la Universidad de Alicante, en la actualidad es profesor contratado doctor en el departamento de Sociología II de la UA. Las principales líneas de investigación en las que desarrolla su actividad son participación social, sociología política, migraciones, y juventud. Ha colaborado con numerosas instituciones públicas (CIS, Generalitat Valenciana, etc.) en labores de asesoramiento técnico, ayudas de investigación y realización de investigaciones de carácter sociológico. Ha participado en más de una veintena de proyectos públicos como investigador principal o colaborador. Así mismo ha publicado diversos artículos en revistas tanto nacionales como internacionales. En la actualidad pertenece a distintos organismos de investigación: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, Seminario Permanente de Estudios Sociales o Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico: Francisco.frances@ua.es.

Deliberação *online* e participação política: uma proposta de análise articulada

Online deliberation and political participation: an articulated analysis proposal

Daniele Ferreira Seridório, Universidade Estadual Paulista
Caroline Kraus Luvizotto, Universidade Estadual Paulista

Resumo

A expansão e inerência do ambiente *online* possibilitaram às assembleias de praça pública alcançar fóruns, sites e outras plataformas digitais de interação. Para o processo deliberativo foi cunhado um novo termo, a deliberação *online*. Neste contexto, este artigo pretende refletir sobre a deliberação *online* e os processos comunicativos e interativos que a envolvem para propor uma metodologia de análise articulada para o website *Vote na Web*, baseada nas especificidades deste objeto empírico. A proposta de análise articulada prevê a análise em duas etapas: análise descritiva da arquitetura do *website*; e a análise quantitativa do debate entre os usuários. A análise quantitativa fundamenta-se em algumas categorias do *Discourse Quality Index*, são elas: inclusão; provimento de razões; reciprocidade; reflexividade e respeito mútuo. Até o momento, a pesquisa analisou a inclusão e a arquitetura do *website* o que já permite tecer algumas conclusões. Apesar das limitações do website, fazendo parte da cultura da participação, acreditamos que o *Vote na Web* possa ser um passo de participação cidadã para um posterior engajamento cívico, por isso, pensamos que iniciativas como essa são fundamentais no exercício da cidadania e na discussão política no Brasil.

Palavras-chave

Deliberação *online*; participação política; análise articulada; *Vote na Web*; discussão política.

Abstract

The expansion and the inherence of the cyberspace helped the public places assemblies to reach forums, sites and other digital interaction platforms. For the deliberative process, a new term was coined: online deliberation. In this context, this article aims to discuss about online deliberation and the communicative and interactive process that it involves, in order to propose a methodology of articulated analysis of the website Vote na Web. For this analysis, we will use the same categories of the Discourse Quality Index, which are inclusivity; rational provision; reflexivity, and mutual respect. This articulated proposal provides two steps analysis: a descriptive analysis of the website's architecture and the quantitative analysis of the debate between users. So far, the research has analysed the website's architecture and the category women's inclusivity. Despite some website's limitations, that is a part of the participation culture, we believe that Vote na Web may represent a step towards citizens participation for further civic engagement. Therefore, we argue that initiatives like this one are fundamental for a full exercise of citizenship and political debate in Brazil.

Keywords

Online deliberation; political participation; articulated analysis; Vote na Web; political discussion.

Introdução

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e a própria configuração em rede da Internet promoveram profundas mudanças na sociedade, desde a própria reorganização do capital para bens imateriais de informação e conhecimento – fenômeno que caracteriza a Sociedade da Informação – até na maneira como os indivíduos se comunicam e produzem mídia. A sociedade apropriou-se dessas tecnologias e formou uma rede que utiliza esse aparato tecnológico para interagir, comunicar-se e participar.

Essa expansão e inerência do ambiente *online* chegaram às assembleias de praça pública e levaram-nas para fóruns, sites e outras plataformas digitais de interação. Para o processo deliberativo (Habermas 1997; Dryzek, 2007) foi cunhado um novo termo, a deliberação *online* (Janssen e Kies, 2005; Sampaio *et al.*, 2012) e emergiram pesquisadores e estudos que concentram seus esforços em discutir e analisar qualidade deliberativa dessas arenas *online* de comunicação, participação e interação. Essas arenas virtuais, além de proporcionarem espaço para o debate, dão visibilidade para questões que antes encontravam pouco espaço nas mídias tradicionais, ou que eram discutidas com baixa pluralidade de opiniões e atores.

Além disso, por estarem na Internet, essas plataformas devem ser pensadas e programadas de maneira que auxiliem as interações reativas e mútuas (Primo, 2008). Portanto, além de permitir a livre conversação entre usuários, elas devem fornecer ferramentas que auxiliem no processo de participação e deliberação. Essas ferramentas relacionam-se intimamente com a arquitetura do site e com a informação disponibilizada para fomentar o debate, já que o participante também precisa ter acesso a informações que permitam a crítica e a tomada de decisão.

Dentro desse contexto surgem iniciativas governamentais e não-governamentais. Exemplo de uma iniciativa não-governamental é o *website Vote na Web* –criado em 2009 pela empresa Webcitizen– que tem como objetivo aproximar os cidadãos do ambiente deliberativo que é a Câmara dos Deputados Federais no Brasil. O site disponibiliza todos os projetos que tramitam na assembleia para votação popular, cada projeto tem um fórum específico e é apresentado aos usuários a partir de um resumo do projeto na íntegra e de algumas informações como autoria, data e estado de tramitação.

Neste contexto, este artigo pretende refletir sobre a deliberação *online* e os processos comunicativos e interativos que a envolvem para propor uma metodologia de

análise articulada para o website *Vote na Web*, baseada nas particularidades deste objeto empírico. Para a análise aqui proposta utilizaremos, baseado nas especificidades do nosso objeto empírico, algumas categorias de Discourse Quality Index. São elas: inclusão; provimento de razões; reciprocidade; reflexividade e respeito mútuo. A análise se concentra no debate sobre um dos projetos de lei complementar (PLC) apresentado no *Vote na Web*: o projeto 7633/2014. Esse PLC prevê o acompanhamento humanizado à gestante e ao neonato, dando à mulher plenas informações a respeito dos diferentes tipos de partos para que ela escolha conscientemente a qual procedimento irá se submeter.

Contudo, como se trata de um ambiente *online* de deliberação também é essencial verificar a arquitetura do *website*, já que a presença de ferramentas que auxiliem no processo de deliberação *online* são essenciais às interações, ao debate e à inclusão. A proposta de análise prevê, portanto, a sinergia entre a análise do debate e da arquitetura, e às categorias pré-estabelecidas agregou-se a descrição da arquitetura do *website* pelas seguintes ferramentas: *hyperlinks* internos e externos; ferramentas de busca; presença de imagens; presença de vídeos; visualização gráfica de informações; categorização dos assuntos; e ferramentas de compartilhamento em redes sociais.

1. Interação e Conversação Guiada por Computador

A Internet foi desenvolvida para a comunicação dos militares norte-americanos na década de 60, sua estrutura em rede foi assim definida para que não existisse um centro de controle que pudesse ser destruído. Foi a sua característica de rede que guiou o desenvolvimento das relações sociais e das comunicações na Internet, mesmo que esse conceito não tenha surgido com a Internet –esse fenômeno social já era estudado por matemáticos e sociólogos que tentavam compreender suas estruturas e conexões–foi na Internet que ele se intensificou, expandindo as teias e atribuindo grande importância à interação entre os nós.

A Internet possibilita a comunicação e a interação de usuários, ligando os nós de maneira contínua e possibilitando a troca de informações pelos laços sociais. Primo (2008) considera a interação mediada por computador em dois aspectos: primeiro no que tange a programação de códigos e máquinas –interação reativa; e segundo, no processo de negociação entre os interlocutores– interação mútua.

A interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada integrante participa da construção

inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulos e resposta (Primo, 2008: 57).

O discurso produzido *online* nas interações mútuas é chamado de Comunicação Mediada por Computador, CMC (Recuero, 2012). Para Herring (1996), CMC é quando humanos se comunicam pela instrumentalidade dos computadores.¹ A autora estuda também o discurso mediado pelo computador e a linguagem mediada pelo computador². Em seu estudo, baseado nos artigos de Herring, Recuero prefere utilizar a CMC como foco, assim também, o faremos.

Mais do que meras interações, essas milhares de trocas entre pessoas que se conhecem, que não se conhecem ou que permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais na Internet. As características dos sites de rede social, nesse contexto, acabam gerando uma nova “forma” conversacional, mais pública, mais coletiva, que chamaremos de conversação em rede (Recuero, 2012: 17).

Já a arquitetura da informação (AI), chave no processo de interação reativa, é para Adolfo e Silva (2006) uma área interdisciplinar que tem o objetivo de estruturar e organizar espaços de informação.

O termo Arquitetura da Informação (AI) surgiu por volta da década de 1960, a partir do seu uso pelo desenhista gráfico e arquiteto Richard Saul Wurman. O interesse de Wurman pela organização, reunião e apresentação das informações no ambiente urbano por meio de uma estrutura ou mapa de informação emergiu na ampliação do termo, o qual se apresenta como uma ciência e arte de criar espaços organizados (Cusin, 2010: 35).

Camargo e Vidotti (2008: 2-3) identificaram cinco elementos da arquitetura da informação: “processos e elementos básicos e específicos para o desenvolvimento de qualquer ambiente informacional digital, processos e elementos de acessibilidade; usabilidade e personalização; estrutura flexível e aberta; e possibilidade de retroalimentação”.

Os processos e elementos básicos e específicos são a organização e a estruturação do *website*, ou seja, a maneira com que ele se apresenta ao usuário e que possibilidades de recuperação de informação e de busca ele oferece. Algumas dessas ferramentas são: catalogação, classificação, indexação, hyperlinks e ferramentas de busca.

Estruturas de acessibilidade foram incorporadas para adaptar as plataformas às

¹ Tradução da pesquisadora para: “*is the communication produced when human beings interact with one another by transmitting messages via networked computers*”.

² Tradução da pesquisadora para: *computer-mediated discourse; computer-mediated language*.

necessidades dos usuários “respeitando suas condições sensoriais, linguísticas e motoras em relação ao hardware e ao software utilizados” (Corradi e Vidotti, 2007: 3). Essas estruturas são identificadas em ferramentas de áudio descrição, por exemplo.

A usabilidade é um conceito mais complexo, já que é resultado da combinação das ferramentas de AI. “A experiência do utilizador vai além da eficiência, qualidade das tarefas e satisfação do utilizador, pois considera os aspetos cognitivos, afetivos, sociais e físicos da interação. Nesta perspectiva, a experiência do utilizador contextualiza a usabilidade” (Martins, *et al*, 2013: 32).

A partir desta perspectiva, ambientes de conversação e discussão *online* tornaram-se um importante objeto de pesquisa, já que, além de espaços de comunicação, revelam traços e dinâmicas sociais. Dentro deles, ambientes de deliberação *online* e de participação política são o foco deste estudo. Esses conceitos são anteriores à Internet, mas as próprias possibilidades técnicas deste meio ampliaram o debate e fizeram surgir novos ambientes de discussões e metodologias de análise.

Em uma sociedade na qual a informação se torna essencial para a criação e manutenção de estratégias que visem a uma sociedade mais justa e à efetivação da democracia, a Internet se apresenta como um dos principais canais de comunicação para os movimentos sociais (Rothberg *et al*, 2014: 231).

Pesquisas que pretendem compreender esses processos devem, portanto, preocupar-se com a interação nesses dois aspectos: a interação usuário-*website* e interação usuário-usuário.

2. Deliberação *online*

Na teoria política contemporânea, o conceito de participação política civil é frequentemente aliado a concepções e aos ideais da democracia deliberativa. Apesar de nem toda a participação civil ser deliberativa, os conceitos caminham juntos em diversos trabalhos. Diversos autores admitem que a participação pode levar a um enfraquecimento da deliberação, enquanto uma melhor deliberação pode exigir uma menor participação. Por outro lado, tanto participacionistas quanto deliberacionistas defendem, entre outros elementos, que as democracias liberais representativas não são *accountable* (ou, em português, responsáveis) o suficiente; e que as eleições, como forma única de controle dos cidadãos sobre seus representantes, não são suficientes para legitimar decisões políticas (Sampaio, 2011).

Os textos de Habermas representam a base da discussão sobre deliberação *online*

e as relações sociais que a envolvem, já que esse filósofo propõe um modelo de democracia que não abdica de uma interação forte entre cidadãos e representantes para a formação da opinião e que, ao mesmo tempo, não deixa de reconhecer direitos, liberdades e reivindicações individuais (Sampaio, *et al*, 2012).

Por mais que Habermas tenha compreendido a fundamentação da deliberação como uma ação comunicativa, mostrando sua qualidade como referencial teórico para os estudos dos processos comunicativos da deliberação, ele próprio já reconheceu os esforços de outros teóricos para ampliar e adequar seus conceitos em busca de métodos empíricos que avaliem a qualidade do ambiente deliberativo.

Political deliberation can serve many purposes, for example, the formation of relevant, instructive and influential opinions in the public sphere, or the generation of informed votes on competing platforms among citizens (or, from the complementary perspective of campaigning parties, the mobilization of support from the electorate), or reasonable decisions on legal programs in parliament, or the rational choice and effective implementation of policies within the administration, or legitimate solutions for legal conflicts in court, etc. We must first specify the purpose of the type of deliberation under consideration, before we can choose the right mix of methods (Habermas, 2005: 388).

Assim, a deliberação exige a participação ao mesmo tempo em que a participação massiva de um determinado grupo –ou ponto de vista– mitiga a consideração da participação e dos argumentos de outro grupo. Ressalta-se, portanto, que por mais que a participação seja essencial à deliberação, é preciso que o mecanismo de avaliação de experiências empíricas separe um do outro.

Principalmente quando o ambiente deliberativo está *online*, já que o ciberespaço fornece diversas possibilidades de interação, relação e conversação.

À Internet tem sido atribuído um conjunto de inúmeras potencialidades, que vão desde a possibilidade de auto-expressão e estabelecimento da comunicação sem coerções, passando pela sua enorme capacidade interativa e de instantaneidade, até a memória e a capacidade de armazenamento de informação (Sampaio, *et al*, 2012: 474).

Estando no ambiente *online*, são os processos de interação mediada por computador que vão guiar a participação e a deliberação. Sendo assim, pesquisas que tenham como objeto os meios que proporcionam participação e deliberação devem optar por metodologias que privilegiam a análise em duas etapas.

Sampaio *et al* (2012), a partir do estudo quantitativo das diversas estratégias e categorias utilizadas para analisar ambientes *online* de deliberação, definiram cinco

objetivos primários que podem ser utilizados para análise. São eles: comparar a deliberação *online* com o processo presencial; basear-se na deliberação *online* pela análise da qualidade da discussão deliberativa; analisar a deliberação em programas participativos; investigar como o *design* da plataforma influencia no resultado; e utilizar *softwares* para a coleta e criação de mapas visuais para a análise da deliberação.

Existem inúmeros pontos de discussão importantes a respeito da deliberação *online*, sendo necessário que pesquisas empíricas continuem a corroborar e a questionar a teoria a respeito do assunto, principalmente no Brasil, onde a pesquisa na área ainda é escassa, mesmo diante de diversas experiências deliberativas *online*.

3. O *Vote na Web*

O *Vote na web* foi criado em novembro de 2009 pela *Webcitizen*, empresa que tem como foco a criação de canais de participação cidadã. O site, além de tornar público projetos de lei do Congresso Nacional do Brasil possibilita que o cidadão vote, simbolicamente, se concorda ou não com as propostas dos parlamentares³. Uma de suas principais características são os resumos apresentados, formulados por analistas –a partir do texto do projeto de lei original– que buscam traduzir os termos utilizados para uma linguagem mais próxima a do público. Quando a lei passa por votação na Câmara e no Senado o site apresenta uma comparação entre o voto dos legisladores e dos usuários. Um ponto importante da arquitetura do *website Vote na Web* é que ele permite que se visualize a computação dos votos em um parâmetro geral dos usuários, mas também divididos em categorias de gênero, idade e estado. Além dessas possibilidades, há um mapa do Brasil com a divisão de votos por estado que apresenta as diferenças da votação por escala de cores. O *Vote na Web* requer que o cidadão participe, vote e opine. Por isso, para averiguar a contribuição deste *website* para a deliberação *online* é necessário valer-se de métodos de análise quantitativos, qualitativos e descritivos.

4. Proposta de análise articulada para o *Vote na Web*

Tendo escolhido o *Vote na Web* como objeto empírico, apresentamos a metodologia que nos resultou como a mais adequada à análise articulada deste ambiente. A nossa proposta de análise se resume em duas etapas: análise descritiva da arquitetura do *website*; análise quantitativa do debate.

³ Fonte: <http://www.votenaweb.com.br>.

Nesta primeira etapa, propomos a descrição das ferramentas e elementos de organização, de busca, de interface, de distribuição e disseminação da informação do *Vote na Web*, atentando aos seguintes itens: botões interativos; gráficos; e palavras-chave. Entendemos que esses elementos de arquitetura visam facilitar a interação e incluir mais usuários na discussão –usuários das mais diferentes faixas etárias e sociais. Por isso, a ausência dessas ferramentas poderia gerar baixa inclusão, enquanto a presença poderia gerar alta inclusão.

Para a análise da conversação, propomos a utilização do *Discourse Quality Index (DQI)*. Este método foi proposto por Steenbergen *et al* (2003), mas tem suas categorias adaptadas e atualizadas de acordo com os objetivos de cada pesquisa e do que cada pesquisador considera relevante frente ao objeto empírico estudado. Inclusive, foi objeto de comentários do próprio Habermas (2005). Para análise da qualidade da deliberação foram escolhidas as seguintes categorias: inclusão, provimento de razões, reciprocidade, reflexividade e respeito mútuo. A seleção dos critérios foi feita com base na proposta do *DQI* e de Dahlberg (2002) e foram adaptadas ao estudo feito por Sampaio *et al* (2012) que descreveu as categorias mais utilizadas nos estudos atuais de deliberação *online*. Neste trabalho apresentaremos os resultados e as conclusões da análise da arquitetura do *website* e da inclusão da mulher.

5. Resultados

A pesquisa ainda se encontra em andamento. Contudo, algumas análises já foram efetuadas e nos permitem delinear as primeiras conclusões. Os dados coletados correspondem à votação até o final do dia 18 de janeiro de 2015. Neste primeiro momento, é mais importante olhar para a categoria inclusão, considerando a porcentagem de mulheres que participaram da votação; e para a análise descritiva da arquitetura do *website*. Assim, foi possível ter um primeiro olhar do objeto, referente ao principal sujeito atingido pelo projeto de lei, a mulher.

Quanto a sua arquitetura, o *website* é simples de ser utilizado por um usuário mais ativo na Internet. A maior parte da sua página inicial é ocupada por um espaço interativo, no qual o usuário pode visualizar tópicos mais discutidos no momento ou um *link* que direciona para uma página que explica como o *site* funciona e os seus objetivos –o usuário navega entre essas três opções pelos botões situados no canto inferior direito da imagem. No dia da análise –10 de março de 2015– eram os seguintes temas: CPI da Petrobrás; e a reforma política.

Figura 1: Página inicial do *Vote na Web*



Fonte: *Vote na Web* (2015)

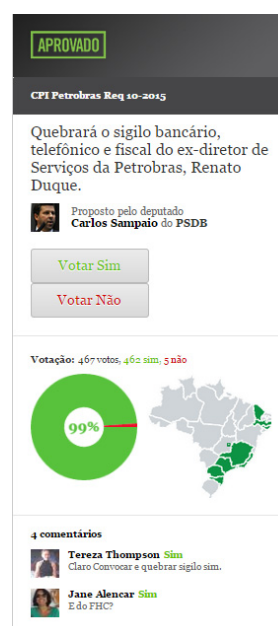
Mais abaixo na página inicial, o usuário pode visualizar alguns projetos de lei e navegar pelo site a partir das seguintes palavras-chave: projetos de lei; arquivo; políticos; e ranking. A página de projetos de lei traz imagens, gráficos e textos prévios do projeto de lei que está em votação (Figura 2). A página de arquivo mostra os projetos que tiveram sua tramitação nas casas finalizada (Figura 3). Na seção dos políticos, o usuário encontra um perfil de todos os parlamentares que compõe atualmente as assembleias –nesta página há uma subseção de palavras-chaves: senadores; deputados; e presidentes. A parte do ranking traz os políticos que tem maior índice de aprovação dos projetos apresentados na votação do *Vote na Web*.

Figura 2: Apresentação projetos



Fonte: *Vote na Web* (2015)

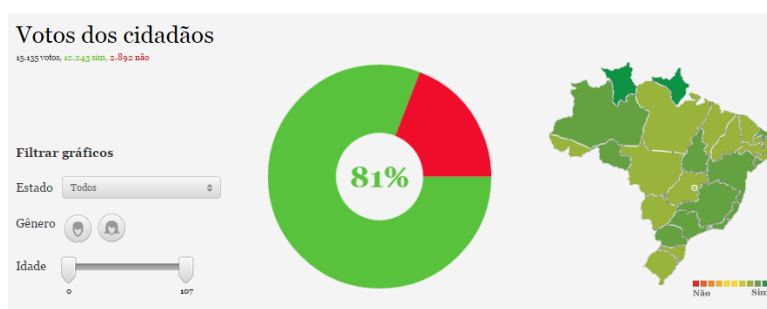
Figura 3: Apresentação arquivo



Fonte: *Vote na Web* (2015)

A parte de análise da arquitetura que mais nos interessa neste momento, é a página que diz respeito ao projeto de lei 7633/2014, e como esta retrata as segmentações na votação, já que agora olhamos para a inclusão da mulher. O resultado da votação é mostrado ao usuário (Figura 4) com um mapa do Brasil que mostra como está a votação por estado por escala de cor, sendo quanto mais verde mais votos favoráveis, e do lado direito os botões permitem que a segmentação da votação por filtros.

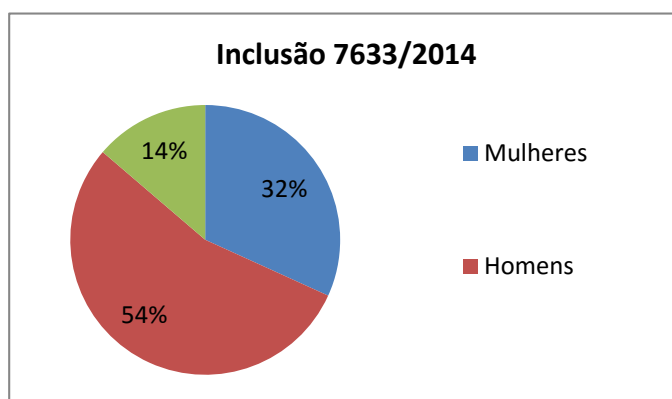
Figura 4: Apresentação gráfica da votação



Fonte: Vote na Web (2015)

É possível observar que as ilustrações que indicam os gêneros são estereótipos no sentido do que é ser homem e do que é ser mulher. A mulher é figurada com cabelos compridos e o homem com cabelos curtos, ademais, não há outra opção de gênero com a qual o usuário possa se identificar. Quanto à inclusão das mulheres os dados indicaram que apenas 34% dos usuários que votaram no fórum se identificaram como mulher, 52% declaram-se homens e 14% não escolherem entre as opções disponíveis – homem ou mulher. O Gráfico 1 ilustra os resultados.

Gráfico 1: Inclusividade na votação avaliada

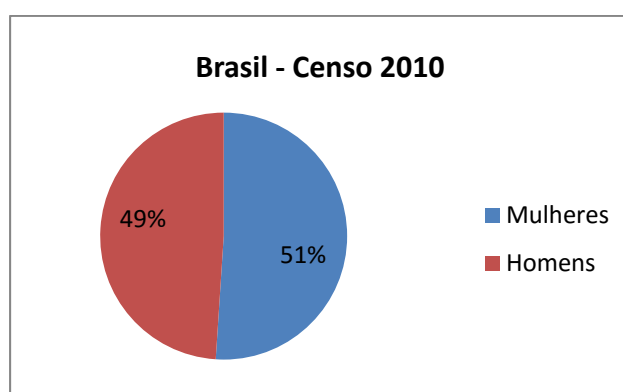


Fonte: Autoria própria (2015)

Essa porcentagem de 32% de mulheres pouco representa a população brasileira. Dados da pesquisa Censo de 2010 realizada pelo IBGE⁴ mostram que dos mais de 190 milhões de habitantes no país –residentes em domicílios– 97 348 809 são mulheres.

O Gráfico 2 representa a população brasileira dividida entre homens e mulheres. Isso indica que, mesmo que todos os votantes que não escolheram opção de gênero fossem mulheres a taxa de inclusão ainda não atingiria um parâmetro ideal frente à realidade nacional, porém se aproximaria muito disso –48%.

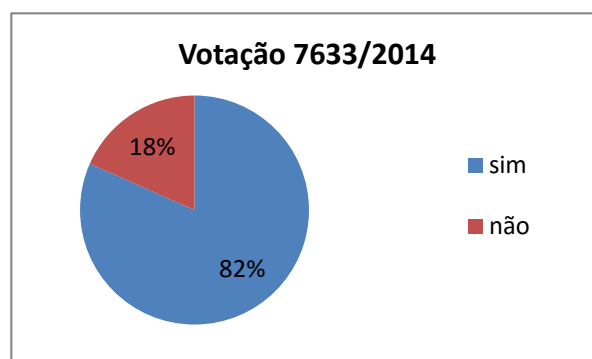
Gráfico 2: Dados do IBGE



Fonte: Autorial Própria (2015)

Os reflexos da baixa inclusão influenciam diretamente no resultado da votação e isso pode ser percebido quando separamos o resultado da votação em um parâmetro geral, considerando somente votantes homens e somente votantes mulheres (Gráfico 3, 4 e 5).

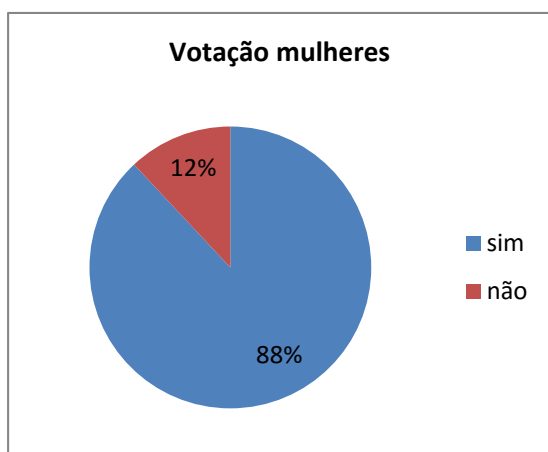
Gráfico 3: Votação do projeto analisado



Fonte: Autorial própria (2015)

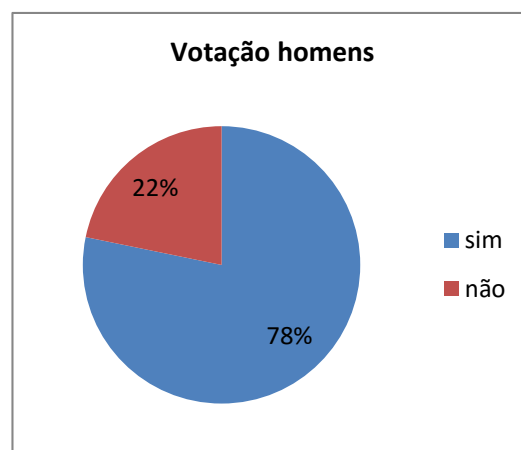
⁴ Fonte: www.censo2010.ibge.gov.br.

Gráfico 4: Votação entre as mulheres



Fonte: Autoria própria (2005)

Gráfico 5: Votação entre os homens



Fonte: Autoria própria (2005)

Isso mostra que, na discussão de um projeto de lei que atinge diretamente às mulheres, se somente homens ou mulheres estivessem votando, a diferença entre os que optaram pelo “sim” ou pelo “não” chega a 10%. Outro resultado relevante a ser considerado é a grande porcentagem de usuários que não se identificaram como homens ou como mulheres –14%. A própria pesquisa do IBGE não permite outra identificação.

Considerações finais

A complexidade que envolve uma análise de interações sociais requer que o pesquisador escolha métodos criteriosos, mas sempre adaptando-os ao seu objeto empírico e à sua possibilidade financeira para a técnica de investigação. Por isso, a partir da reflexão teórica exposta, do objetivo e dos recursos, concluímos que a pesquisa de mestrado “Deliberação *online* e participação política na sociedade da informação” –e outros estudos que tenham esse mesmo *website* como objeto– devem valer-se de método de análise articulada. Com essas ferramentas metodológicas, a pesquisa atingirá o seu objetivo de avaliar a qualidade deliberativa o ambiente *online* do *Vote na Web*.

Dos resultados analisados até o momento, podemos concluir que a baixa inclusão é um reflexo de três fatores principais: inclusão digital no Brasil; diversidade e representação do gênero no *website*; e baixa aderência do *website* analisado.

Dados do Comitê Gestor de Internet mostram que, em 2013, 48% dos lares brasileiros tinham acesso à Internet. A maior parcela da população não é, portanto, incluída nas discussões que ocorrem na Internet. Por mais que a Internet seja uma plataforma com potencial para participação política e deliberação, a pequena

penetrabilidade desse meio nos lares brasileiros não permite que esse potencial seja transformado em ações efetivas.

Neste momento percebe-se que a análise das outras categorias previstas na proposta de análise articula permitirá comentários e conclusões mais aprofundadas a respeito da representação a da mulher no próprio debate, e se o ambiente é hostil ou não respeito à mulher. O que podemos concluir, por enquanto, é que o *website Vote na Web* é pouco inclusivo à mulher e no que se refere à votação do projeto de lei 7633/2014; e que ele se baseia em um estereótipo para representar graficamente a mulher e ainda exclui a diversidade gêneros.

A análise deste ambiente de comunicação é fundamental para o fomento da discussão de uma democracia mais igualitária. Afinal, são discutidos projetos que podem vir a se tornar lei no país. Ademais, o *Vote na Web* representa um ambiente comunicacional independente, onde o fluxo parte da esfera civil, debatendo temas que em uma esfera pública eram de discussão exclusiva dos estadistas.

Referências

- Adolfo, L. e Silva, R. de C. (2006). A arquivística e a arquitetura da informação: uma análise interdisciplinar. *Arquivística.net*, 2(1), 34-51.
- Camargo, L. e Vidotti, S. (2008). Arquitetura da Informação para Ambientes Informacionais Digitais. Em: *Anais IX Enancib*, São Paulo, Brasil. Disponível em <http://gtancib.fci.unb.br/index.php/gt-08/2-uncategorised/207-gt08-anais-digitais-ix-enancib>.
- Corradi, J. e Vidotti, S. (2007). Elementos de Acessibilidade em Ambientes Informacionais Digitais: Bibliotecas Digitais e Inclusão Social. In: *Seminário Internacional de Bibliotecas Digitais*, São Paulo, Brasil. Disponível em <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=23455>.
- Cusin, C. A. (2010). *Acessibilidade em ambientes informacionais digitais*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Marília Brasil, UNESP.
- Dahlberg, L. (2002). Net-public sphere research: beyond the ‘first phase’’. Em: *Euricom colloquium: electronic networks and democracy*. Nijmegen, Holanda.
- Dryzek, J. (2007). Theory, Evidence and the Tasks of Deliberation. Em: *Deliberation, Participation and Democracy: Can the people govern?* Organização: Shawn Rosenberg. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Fragoso, S., et al. (2013). *Métodos de pesquisa para Internet*. Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Habermas, J. (1997). *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro, Brasil: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (2005). Concluding Comments on Empirical Approaches to Deliberative

- Politics. Em: *Acta Politica*, vol. 40, 384-392.
- Herring, S. (1996). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam, Holanda: Benjamin. Disponível em <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmc.intro.1996.pdf>.
- Janssen, D. e Kies, R. (2005). Online Forums and Deliberative Democracy. *Acta Politica*, vol. 40, 317-335.
- Martins, A. I., et al. (2013). Avaliação de Usabilidade: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Ibérica e Sistemas e Tecnologia da Informação*, 11, 31-43.
- Mendonça, R. F.; Pereira, M. A. (2011). Democracia digital e deliberação *online*: um estudo de caso sobre o Vote na Web. Em: *IV Congresso Latinoamericano de Opinião Pública – WAPOR 4*, Belo Horizonte, Brasil. Disponível em <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/biblioteca/Ricardo%20Fabrino%20Mendon%C3%A7a.pdf>.
- Primo, A. (2008). *Interação mediada por computador*. 2ª ed. Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre. Brasil: Sulina.
- Rothberg, D. et al. (2014). As revoltas e seu impacto sobre a comunicação pública: o potencial do Observatório Participativo da Juventude. *Liinc em Revista*, 10(1), 227-240.
- Sampaio, R. C. (2011). Quão deliberativas são discussões na rede? Um modelo de apreensão da deliberação *online*. Em R. C. M. Maia et al (Eds.), *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Sampaio, R. C., et al. (2012). Como avaliar a deliberação *online*? Um mapeamento de critérios relevantes. *Opinião Pública*, 18(2), 470-489.
- Steenbergen, M., et al. (2003). Measuring political deliberation: A discourse quality index. *Comparative European Politics*, 1, 21-48.

Agradecimentos

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) por financiar o projeto de mestrado “Deliberação *online* e participação política na sociedade da informação: o caso do *vote na Web*” (processo 2014/12307-6) do qual surgiu a proposta deste artigo.

Sobre as autoras

Daniele Ferreira Seridório: Jornalista, discente do Programa de Pós-graduação em Comunicação, nível Mestrado, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da UNESP – Universidade Estadual Paulista, Campus de Bauru, desenvolvendo a pesquisa “Deliberação *online* e participação política na sociedade da informação”. Membro do Grupo de Pesquisa Mídia e Sociedade (UNESP). Graduiu-se em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na mesma instituição. Foi Bolsista de Iniciação Científica da FAPESP –Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo– com o tema “Convergência Midiática e Internet: uma proposta de ampliação da estratégia de comunicação da agência propagação e das propagandas do

minuto consciente”. Desenvolve pesquisa na linha de Gestão e Políticas da Informação e da Comunicação Midiática. Contato: seridorio@gmail.com.

Caroline Kraus Luvizotto: Socióloga, Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. É docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC). É membro titular da CAPG –Comissão Assessora da Pós-Graduação– ligada a PROPG –Pró-Reitoria de Pós-Graduação– da UNESP. É pesquisadora nos grupos de pesquisa “Midia e Sociedade” e “Novas Tecnologias em Informação”. Membro do corpo editorial do periódico “Tram[p]as de la comunicación y la cultura” (Argentina) e revisora dos periódicos “Ambiente & Sociedade (USP)”; “Revista Brasileira de Informática na Educação” (SBC); “Nuances” (UNESP); “Colloquium Humanarum” (UNOESTE). Autora dos livros “As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia” (FEU - Fundação Editora da Unesp, 2010) e “Cultura gaúcha e separatismo no Rio Grande do Sul” (FEU - Fundação Editora da Unesp, 2009). Atua na área de Sociologia e Sociologia da Comunicação com ênfase nos temas Movimentos Sociais e Comunicação, Gestão e Políticas da Informação, e Comunicação Midiática. Contato: caroline@faac.unesp.br.

The Internet can overcome the Collective Action Problem: Conditional commitment designs on Pledgebank, Kickstarter, and The Point/Groupon websites

*Internet puede resolver el problema de acción colectiva: diseños de compromiso
condicionado en PledgeBank, Kickstarter y The Point/Groupon*

Roger Hallam, King's College, London

Abstract

This paper provides detailed research on systematic online designs to facilitate a new revolutionary political, economic, and cultural affordability, namely the ability of Internet users to provisionally commit to a collective enterprise but only agree to actually engage in it if or when these conditional online commitments reach a pre-agreed target of support.

The paper analyses the spectacular success of Groupon and Kickstarter in the economic and cultural spheres respectively. It provides a data analysis of Pledgebank, and the related experience of The Point, both primarily concerned with the political sphere, providing evidence that there is no structural barrier to a similar rapid development of the mechanism in this field. The Pledgebank data shows once a proposed collective action reached around 30% of its target, a tipping point was reached. Information and demonstration effects kicked in and support quickly reached the target. A long-tailed distribution of the size of collective actions undertaken, suggests that linear analyses dramatically underestimate the potential impact of "I will if you will" new communication technologies.

Based upon this research I argue that a major take off requires a significant investment of sustained promotion for the mechanism itself to reach its own tipping point. Alternatively, if the mechanism were introduced into specific campaigns organised by committed communities of activists, small-scale successes would grow through demonstration effects in a bottom up fashion.

Keywords

Collective action problem; activism; latent groups; conditional commitment; social change.

Resumen

Este artículo ofrece un estudio detallado sobre los diseños sistemáticos online para facilitar nuevas y revolucionarias prácticas políticas, económicas y culturales que permitan a los usuarios de Internet participar provisionalmente en una iniciativa colectiva, a través de compromisos condicionales del tipo I will if you will (Yo lo haré si tú lo harás).

El trabajo analiza el espectacular éxito de Groupon y Kickstarter en los ámbitos económico y cultural respectivamente. Presenta un análisis de los datos de PledgeBank y la experiencia relacionada del sitio web The Point, ambos relevantes principalmente en la esfera política, evidenciando que no hay ninguna barrera estructural a un rápido desarrollo similar al mecanismo de compromisos en este campo. Los datos de PledgeBank muestran como, una vez que la acción colectiva propuesta alcanza alrededor del 30 % de su objetivo, se llega a un punto de inflexión. Una distribución de larga cola de la magnitud de las acciones colectivas emprendidas sugiere que los análisis lineales subestiman drásticamente el impacto potencial de la lógica I will if you will y de las tecnologías de comunicación que la utilizan.

En base a esta investigación se puede argumentar que un despegue de acción colectiva requiere una importante inversión en formas de promoción prolongada para que el mecanismo llegue a su propio punto de inflexión. En cambio, si el mecanismo se introduce en campañas específicas organizadas por comunidades de activistas muy comprometidas, los resultados se darían a más pequeña escala.

Palabras clave

Problema de acción colectiva; activismo; grupos latentes; compromiso condicional; cambio social.

Introduction

In *The Logic of Collective Action* Mancur Olson (1965) formulated a problem that has become a central question for political science. He posits that it is irrational for an individual actor to engage in a collective action to produce a public good even though, if all the actors who could derive net gains from the attainment of this good did act together, each individual actor would be better off. A well-developed scholarly literature (for a discussion see: Ostrom, 2007) has attempted to tease out the complex interaction of various socialisations and rational motivations which explain the existence of large-scale non-coerced collective political activity. The less-explored obverse of this question is why so many potential groups with clearly identifiable collective interest remain latent.

1. Conceptual Framework

Debates about the emergence of large-scale social movements have uncovered a range of mechanisms through which such movements come into existence and operate, identifying dispositional, environmental, and relational influences (Tarrow and Tilly 2007: 446). They are, however, largely silent about the spatial-communicative structures within which the human actor resides (although, see Margetts et al., 2013; Margetts et al., 2015). The high cost of communication between large dispersed groups of actors is an often unacknowledged necessary condition upon which Olson's formulation rests. In contrast, small groups in a compact geographical area can communicate frequently at low cost, building up strong bonds and commitments through which they can act collectively. These spatial/communicative structures are assumed to be an objective and constant physical phenomenon and should be recognised as a necessary condition for the validity of Olson's argument.

The Internet and the wider impact of new communication technologies (NCT) have however undermined this structural dichotomy. As Blumler and Kavanagh (1999)

point out, the advent of NCTs ushered in a new age of political communication, with a wide range of consequences for the practice of politics. It is now technologically possible to communicate at effectively zero cost with an unlimited number of other actors and receive communication back in real time. This transformation from the traditional hierarchical broadcast model of “one to many” mass communication to what Castells (2009) calls “mass self communication” is leading to a new “culture of autonomy” (Castells, 2009: 136) and the rise of Internet-driven mass mobilisations.

Nonetheless, the specific dynamics of online collective action remain relatively underexplored. Existing research (Margetts et al. 2015) shows the powerful influence of “social information” about the actions of others, effecting individuals’ own decisions to participate in online political action. These dynamics are similar to offline “demonstration effects” (Bunce, 2013) which can create large-scale political mobilisations. Actors see the success of a mobilisation in one country, which leads to copycat mobilisations in other countries, as seen in Eastern Europe in 1989 and the Arab Spring in 2011.

However, what could be of greater long-term significance is the technological affordability of pre-organised, conditional collective action made possible by NCTs. Instead of actors not knowing what level of support there is for a political action, what Chwe (1999) calls pluralistic ignorance, a latent group, to use Olson’s terminology, can now use the internet to pre-organise a critical mass of collective action.

My theory posits that the new costs and benefits of “I will if you will” incentive structures, created via NCTs, make it possible for physically disparate actors to effectively address the collective action problem. To illustrate my case I propose two ideal type forms of collective action:

- Type 1 (T1). This is the traditional type of collective action structure where individuals are ignorant of each other’s intentions.
- Type 2 (T2). This is a pre-organised type of collective action. Actors who would benefit from a collective good are aware of each other’s desire for this good. They then pre-commit to all act together in order to attain that good. Based on this pledge, they then do act together. There is a very specific sequence to T2 organisation.
 1. There is a proposal with a minimum uptake needed for it to constitute a collective good.

2. Then there is the opportunity for people to give a conditional commitment to this proposal.
3. If sufficient people give this conditional “yes”, then everyone making this commitment is informed and the collective action goes ahead.

Before the advent of the Internet, the accumulative cost of these three flows of communication would often be prohibitively expensive, particularly for physically disparate groups. With the Internet, each communication is effectively instantaneous and almost of zero expense in terms of time and money. Digital technology has collapsed the old proportional relationship between communication scale and cost.

I will now look at a number of Internet examples that highlight the critical difference between T1 and T2 organisations, before moving onto specifying two hypotheses, which I test through my research on Pledgebank¹ –a website specifically designed to create T2 collective actions.

In 2007, Andrew Mason (2007) secured start-up funding to set up a website called The Point², which explicitly aimed to enable T2 organisation. A proposal could be placed on the website with a specified level of support, which would be needed for it to go ahead. People could click on the site to give conditional support for the project and – only *if* and *when* the required level of support was achieved– it would go ahead. Different types of collective action could be organised: cultural events, charity fundraising, political campaigns etc.

However, the site did not make enough money for the investors and, in response, the company set up a separate page on the site, called Groupon³, to apply a T2 mechanism to collective action problems involved in purchasing (Burkeman 2011). A local pizza restaurant made a “two for one” pizza offer, only if twenty people committed to show up at a specified off-peak time. People clicked on the website to take up the offer and the site showed in real time the total number of people committing to the offer. It quickly hit the target and this initial success led to rapid growth. Potential customers would spread the word to friends to encourage them to click on an offer so that the target take up would be reached. With three months, this T2 mechanism was established by Groupon in four major US cities. Within a year, it had thirty million

¹ See: www.pledgebank.com.

² See: <http://blog.thepoint.com/>.

³ See: <http://www.groupon.com/>.

subscribers in the US and turned down a purchase offer of \$6 billion from Google. A year later, it was valued at \$30 billion, with 180 million subscribers worldwide.

While Groupon showed the explosive power of the T2 process in the economic sphere, another company, Kickstarter⁴, applied the same model to the world of arts and culture. Set up in April 2009, it enables people to seek funding for art projects. The three-stage communication process is again evident. First, a target funding figure is set for a specific project proposal; then, people provisionally commit a sum to the project. At this point, if the target is not met, no money is taken from those provisionally committing to the project; however, if the target is reached, the payments are cashed and the project goes ahead fully funded. This T2 mechanism has enabled the company to experience explosive growth.

Another website, Pledgebank, was set up in 2005 by the charity Mysociety with the aim of promoting the T2 mechanism in the social and political sphere. Under the slogan “I’ll do it but only if you’ll help me do it”, Pledgebank’s aim was to “revolutionize democracy” (Irving, 2012). Proposals could cover a vast range of subjects from the personal to the social and explicitly political. Proposals were posted on the site and other users made “pledges” to the projects they wanted to take part in. As with the other websites, the projects only went ahead if a target number of pledges was reached. In this case, 40% of proposals attracted the required level of support to go ahead and Mysociety research (Steinberg, 2013) showed that between 75% and 150% of the people making the pledge fulfilled their commitment to successful proposals.

Based upon my theory, I proposed two hypotheses:

H1: If the level of support for a proposal hits a certain tipping point, measured as a proportion of the required level of commitment, it will become much more likely to receive sufficient support to get to the target.

H2: The distribution of the size of participation in successful proposals would follow a power law curve, with a long tail of very large-scale proposals.

2. Methodology and analysis

Analysis of Pledgebank’s UK website took place in October 2013. The website’s archive lists all the proposals made on the site since it was set up, along with the level of support they attracted in terms of a percentage of the target needed for them to go

⁴ See: <http://www.kickstarter.com/>.

ahead. All 578 of the successful proposals and every second-placed (i.e. 50%) of the unsuccessful proposals (298 in total) were analysed.

To test H1, I analysed the distribution of support for the proposals. Table 1 presents the distribution of support for all the proposals under deciles ranging from 0 to 190+%. The first section reports the proportion of unsuccessful proposals falling into each decile of support achieved up to 99.9%, while the second section records the support for those that were successful, i.e. that attracted 100% or more of their target.

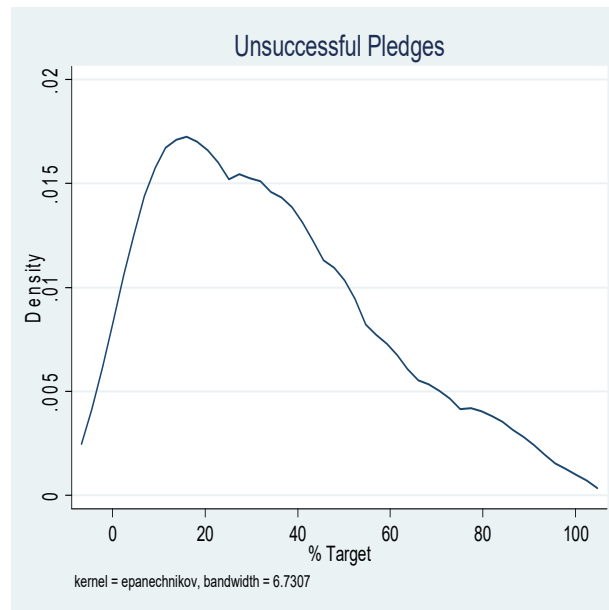
Table 1. Distribution of % of target reached in unsuccessful and successful proposals

% of target reached	% of Unsuccessful Proposals (n=298)	% of Successful Proposals (n = 578)
0–9.9%	14.43	
10–19.9%	18.46	
20–29.9%	14.43	
30–39.9%	14.09	
40–49.9%	12.08	
50–59.9%	9.40	
60–69.9%	6.71	
70–79.9%	4.02	
80–99.9%	3.70	
90–99.9%	2.68	
100 -100.9%		31.49
110–119.9%		14.88
120–129.9%		12.45
130–139.9%		5.19
140–149.9%		5.54
150–159.9%		3.58
160–169.9%		3.11
170–179.9%		2.43
180–189.9%		1.90
190+%		19.43

Source: own elaboration.

Figure 1 presents the same data graphically, using a kernel density estimation smoothing function.

Figure 1. Kernel Density Estimate of Distribution of the % of target reached in unsuccessful proposals



Source: own elaboration

As both Table 1 and Figure 1 indicate, support is unevenly distributed across deciles in unsuccessful pledges. If the support for a pledge passed a tipping point of around 30%-40%, it is likely to create a momentum of support, which pushes it up to its target. The campaigns not getting up to this tipping point to get stuck at a low level of support and progress no further which explains the significantly higher percentage of unsuccessful pledges falling between 0-40% compared with between 60-100%.

The distribution of support for successful proposals was also analysed. This distribution points to two clusters of proposals: those that achieve their target plus about 20%, and those that achieve over 190% of their target. This distribution has a very long right tail, providing evidence of significant informational and demonstration effects. Once the target for the collective action to go ahead was achieved, site users often continued to commit to the proposal in large numbers. The distribution has a power law aspect in so much as there is a long tail of successful pledges which attracted support far outstripping the original target, a finding that lends support to H2. This is shown even more clearly by an analysis of the distribution of the total numbers of pledges given to successful campaigns, as provided in Table 2.

Table 2. Distribution of the number of pledges reached by successful proposals

Total no. of people pledging	No. of proposals	% of proposals
2–500	562	97.23
500–1000	4	.69
1000–1500	8	1.38
1500–2000	2	.35
2000–2500	0	0.00
2500–3000	0	0.00
3000–3500	0	0.00
3500–4000	0	0.00
4000–4500	1	0.17
4500–5000	0	0.00
5000–11500	1	0.17

Source: own elaboration

This table shows a long tail of outliers with regards to total numbers of pledges achieved, with the vast bulk containing 2-500 pledges, but with several instances of over 500 pledges and one proposal with 11 000 pledges having been achieved.

3. Discussion

This data shows on a micro scale the powerful potential of T2 mobilisation. H1 delves into the detail about the dynamics of growth involved in latent group proposals. It posits that there is a tipping point of support for such proposals. If this point of support is reached, then additional support is triggered and the proposal is more likely to reach its target number of pledges. Table 1 provides strong evidence for H1 by showing that there is a rapid fall off in the number of unsuccessful proposals, which attract over 40% of their needed support. The implication is that proposals that get to this threshold of 40% are more likely to jump in support to 100%. So, for instance, the expected the number of unsuccessful proposals that get 80-90% of their target pledges is only 1.35% of all the unsuccessful proposals. A “final push” dynamic means that the more the support grows, the less likely it is to get stuck with insufficient support and the more likely it is to get pushed up to the finishing line. This data shows similar results to the data available on the Kickstarter website. Of all their projects that get to 20% of their target of support, 82% then go on to reach their target (Kickstarter, 2013).

This explanation implies the existence of what could be described as “irrational” behaviour by potential supporters. A cognitive error occurs whereby participants mistake a provisional pledge to take action conditional upon others doing the same as a straightforward pledge to act regardless of what others do. This error may be

understandable given the latter is the dominant social norm and the former is a new unfamiliar social mechanism. A rational actor, in contrast, should in principle pledge support to all proposals he or she would support (i.e. to all latent groups he or she is part of) if they reach their target, regardless of the current level of support. This is because the cost of pledging this provisional support is effectively zero – just the click of the mouse. However, it would seem that most potential supporters are influenced by the number of pledges. The thinking is “this looks like it might get to the target so I will support it”. We can see here the influence of information and demonstration effects.

It is also possible to identify two other groups. First are the “altruists” or “moralists”, who will commit to a pledge whatever the level of support is, as they are uninfluenced by whether others will do it as well, or by the cost to themselves (Heckathorn, 1996). Evidence for this group is shown in Table 1 by the 9% of proposals that only received up to 10% of the target of support. At the other end of the spectrum are what might be called “ultra rationalists”, who will support a pledge, but then make the calculation that it is rational not to carry it out and free-ride on the collective action the other pledgers. However, empirically, this extreme immoral rationality does not seem to be a significant problem, at least in the case of Pledgebank.

Four motivational groups can therefore be identified:

- Altruists and Moralists: who will pledge to a project regardless of the level of support and the cost of themselves.
- Moderate rationalists: who make the correct calculation to pledge to all proposals that support the collect aims of latent groups to which they belong and will also carry out their pledge if the target of support is reached.
- Reflexive observers: who make the cognitive error of being influenced by the level of support a proposal has at any point.
- Extreme rationalists: the same as moderate rationalists but will free ride by not carrying out their pledge if the target level of support is reached.

The key group here are the moderate rationalists. What the T2 mechanism enables is for this group, in “alliance” with the altruists/moralists to push the level of support over 20% after which the reflexive observers group is increasingly drawn in to push the support up to the target. *The larger the moderate rationalist group, the more likely a latent group will reach a critical mass.*

Once a successful proposal hits its target, another tipping point is reached whereby observers are encouraged by the success of the proposal and therefore want to join in supporting it as well. There is a power law distribution of the number of people taking part in successful pledges. While the 99% of proposals involved 500 people or less, several proposals involved over 1000 people stretching up to 11 000. The implication here is that collective action organised through T2 mechanisms is highly scalable. A small collective act can rapidly and easily become a major one. If Pledgebank had continued to be prominently promoted with greater resources, it is plausible that an outlier pledge could have made a major political impact, attracting millions of pledges. The demonstration effect of this success could then propel T2 mechanisms into mainstream political culture as a new highly effective mechanism of latent group mobilisation. The fact that this take off in the political realm has not yet happened does not mean there is a fundamental blockage, as my research into Pledgebank shows. Like any new social mechanism, there is a time lag between technical affordability and cultural adoption.

It is also possible that the mechanism will grow in a more incremental, organic fashion. Rather than being proposed out the blue to a large Internet audience, we could see instead the development of T2 widgets on campaigning websites and T2 mechanisms used by small closely-knit communities of activists and campaigners. UK Green Party activists, for instance, started using Pledgebank to raise money for elections by making proposals such as “I will give £30 if 50 other people also pledge £30”.

The T2 mechanism is one example of a host of emerging political potentialities enabled by the communicative affordances of the Internet. For instance, an even more effective tool (T3) could be used to restructure the communication process as follows:

A collective aim is posted.

- People state the number of people who would need to act collectively in order for them to also take action to achieve this aim.
- Collective action goes ahead if at any point x number of people commit to the action if x other people are prepared to go ahead with them.

The advantage of T3 is that it does not require the possibly arbitrary decision of where the target support should be. While some proposals are clearly binary, for instance where a project needs to get a clearly defined level of financial support to go ahead, many proposals are not so clear (Schelling, 1987). An example is how many

people need to attend a demonstration for it to be effective. Many aims are explicitly granular such as starting up an awareness raising campaign.

Under T3, a latent group then gets a full picture of itself – everyone who might possibly do the action gives their minimal condition. The binary “I will I won’t” of T2 makes way to “I will if x other people will” of T3. NTCs now make it technologically possible for citizens to easily map out the contours of any potentially viable collective action.

4. Conclusions

This paper seeks to elucidate the implications of the NTCs for the collective action problem as formulated by Mancur Olson (2007). The structure of this fundamental conundrum of political science is being profoundly reformulated by the mass uptake of these new technologies. The implications are only just being realised but what is clear is that it is now technically possible for latent groups to identify themselves and through the conditional commitments of the T2 mechanism and overcome the collective action problem. While T2 mechanisms have led to the explosive growth of solutions to collective problems in the economic and arts fund raising realms, with the creation of Groupon and Kickstarter, no equivalent organisation has yet galvanised solutions to such problems in the political field. However, my research into the proto-type political T2 website, Pledgebank, shows there is no block to such a development.

A cultural lag may temporarily hold back T2 mechanisms entering the political mainstream. This in part consists of a resistance to rationalistic thinking in political matters, where morality is viewed as more important than calculation, and face-to-face interactions preferred to online communication. However, my research would predict that T2 mechanisms will become more widely used as demonstration effects build and political organising online becomes more of a social norm as digital native generations become the majority of populations.

Like any new technology, it will take time to work out effective microforms and contextual niches that can then be rolled out for a mass take up. It took over a century for gun power to find its most effective use on the battlefield. But what was clear from the start was that the age of the chivalrous knight was over. Similarly, the meta-technology of the Internet is making available a vast array of techniques for

undermining the power of today's elites. The gun is lying in the grass. It is just a question of when it gets picked up and fired.

Bibliography

- Blumler, J.G. and D. Kavanagh (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209-230.
- Bunce, V. (2013). *Rethinking diffusion: The Colour Revolutions and The Arab Uprisings*. LSE lecture. Retrieved from <http://www.lse.ac.uk/newsAndMedia/videoAndAudio/channels/publicLecturesAndEvents/player.aspx?id=1732>.
- Burkeman, O. (2011). *Groupon: The Golden Nugget*. Guardian. 11th June. Retrieved from <http://www.theguardian.com/technology/2011/jun/11/groupon-internet-andrew-mason-interview>.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chwe, M. S. (1999). Structure and Strategy in Collective Action. *American Journal of Sociology*, 105(1), 128-56.
- Heckathorn, D. D. (1996). The Dynamics and Dilemmas of Collective Action. *American Sociological Review*, 61(2), 250-277.
- Irving, F. (2012). *Why did Pledgebank fail when Groupon and Kickstarter Flew*. Retrieved from <http://www.flourish.org/blog/?p=507>.
- Kickstarter (2013). Retrieved from <http://www.kickstarter.com/>.
- Margetts, H., John, P., Escher, T. and S. Reissfelder (2015). Social information and political participation on the internet: an experiment. *European Political Science Review*, Epub ahead of print. DOI: 10.1017/S1755773911000129.
- Margetts, H., John, P., Hale, S. and S. Reissfelder (2013). Leadership without Leaders? Starters and Followers in Online Collective Action. *Political Studies*, Epub ahead of print 13 September 2013. DOI: 10.1111/1467-9248.12075.
- Mason, A. (2007) *Campaign Type: The Social Contract*. The Point Blog 30th October. Retrieved from <http://blog.thepoint.com/2007/10/30/campaign-type-the-social-contract/>.
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Ostrom, E. (2007). *Collective Action Theory*. In C. Boix and S. C. Stokes (Eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Politics* (pp. 186-211). Oxford: Oxford University Press.
- Schelling, T. S. (1978). *Micro Motives and Macro Behaviour*. New York: W.W. Norton & Co.
- Steinberg, T. (2013). Interview conducted 16th July 2013.
- Tarrow, S. and Tilly, C. (2007). Contentious Politics and Social Movements. In C. Boix and S. C. Stokes (Eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Politics* (pp. 435-461). Oxford: Oxford University Press.

Biography

Roger Hallam is a PhD candidate at Kings College, London, researching digital enhanced designs for progressive political participation. He is presently engaged in undertaking action research to test the effectiveness various designs of online conditional commitments on levels of mobilisation. He is also researching how this increased mobilisation can be maintained through digitally enhanced mechanisms of

participatory and deliberative democracy. He has been engaged as an activist, trainer, and facilitator in various social movements for over twenty-five years and, as a social entrepreneur, has set up a number of ethical enterprises. E-mail: roger.hallam@kcl.ac.uk.

Enfoque de ciudadanía y comunicación en las políticas de gobierno electrónico. Estudio de caso en el Perú

Citizenship approach and communication in e-government initiatives. Case Study from Peru

Cecilia Benavides Castro, Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

América Latina ha desarrollado desde hace más de dos décadas diversas iniciativas de aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las funciones de gobierno. En el caso del Perú, la experiencia de implementación del Gobierno Electrónico (GE) ha permitido evaluar, analizar y discutir el alcance de esta política pública, lo que significa la oportunidad de analizar la problemática de la participación ciudadana y el entendimiento de la democracia, así como limitaciones de acceso, conectividad y de apropiación de la tecnologías en el país.

Este estudio tiene como objeto de investigación la participación ciudadana como elemento del GE en la Municipalidad Distrital de Miraflores, la que ha sido considerada pionera en el desarrollo del GE en el Perú desde hace más de dos décadas. Nuestro objetivo es analizar la forma en que la Municipalidad, a través del discurso de la política de GE, expresa un estilo de participación ciudadana, donde el ciudadano hace uso de las TIC en términos de usuario de servicios de la gestión pública. Para conseguirlo, durante 2013 se ha aplicado el método de estudio de caso, de tipo exploratorio y fundamentalmente cualitativo. La contribución principal de esta investigación se basa en demostrar el recorrido que en la implementación de una política pública se otorga a la centralidad de los medios sobre los fines. En el caso concreto, al uso de las tecnologías sobre el ideal del GE.

Palabras clave

Gobierno electrónico; participación ciudadana; comunicación; Perú.

Abstract

Over two decades, Latin America has developed several initiatives in applying Information and Communication Technologies (ICTs) in government functions. In Peru, the experience of electronic government has allowed to evaluate, analyze and discuss the scope of this public policy. This means an opportunity to discuss the issue of citizen participation and democracy as well as the limited access, connectivity and appropriation of technologies in the country.

This study investigates citizen participation as part of e-government in the Municipality of Miraflores, which is considered a pioneer in the development of electronic government in Peru for more than two decades. Our aim is to analyze how Miraflores, through e-government discourse, expresses a type of citizen participation, where the citizen makes use of ICTs as a user. For this purpose, we have applied an exploratory and fundamentally qualitative case study method in 2013. The main contribution of this research shows that the implementation of e-government prioritizes means over purposes. This case study demonstrates that the use of ICTs has higher priority than e-government ideals.

Keywords

Electronic government; citizen participation; communication; Peru.

Introducción

Como parte de la agenda de modernización del Estado, América Latina ha incluido el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los procesos de gobierno (Reilly y Raul, 2003). Como parte de estos procesos, el Gobierno Electrónico (GE) aparece con una intención transformadora de procesos, que implica redefinir políticas del Estado, privilegiando valores de la gestión pública asociados a la transparencia, eficiencia y eficacia. Se presenta la oportunidad para que el sector público se desarrolle desde su presencia en línea, como nueva forma de comunicación y participación política (Norris, 2001: 97; Heeks, 2001: 3).

En el Perú las experiencias de GE se institucionalizan a partir de 2003, con la aprobación de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2003), que promueve la transparencia de los actos del Estado y regula el derecho de la ciudadanía al acceso a la información. Sin embargo, es desde 2010 que el Perú inicia un proceso formal de uso de las TIC, con la creación de los portales de transparencia y ventanillas de atención digital a los ciudadanos.

Precisamente, en el contexto de estos desarrollos normativos y de las acciones de los organismos públicos, emerge una preocupación concreta: la efectividad de estos planes, en todos los niveles, desde el discurso hasta los resultados. En ese escenario, nos interesa conocer si los elementos de los discursos de los que se valen los técnicos y políticos para la formulación de la política pública son consistentes con las acciones que se ejecutan y si logran involucrar a los ciudadanos y generar espacios que motiven la participación. Utilizaremos como definición de política pública a Subirats (1994) y Meny y Thoenig (1992), entendiendo por ésta el conjunto de decisiones formales que la administración toma al resolver un problema que se considera público y el conjunto de prácticas que realizan los actores públicos en la agendación, formulación e implementación de la misma (Ugarte Borja en Albornoz y Rivero, 2007: 220).

Este estudio, realizado durante 2013, se propuso como objeto de investigación el discurso de participación ciudadana presente en la política de GE de la Municipalidad Distrital de Miraflores (MDM), gobierno local que ha sido considerado pionero en el desarrollo del GE en el Perú desde hace más de dos décadas. Nuestro objetivo es analizar la forma en que la MDM, a través del discurso de la política de GE, expresa un estilo propio de participación ciudadana. En ese sentido, es importante precisar que los resultados que presentamos no interpretan o analizan el impacto o la percepción que la ciudadanía pueda darle al uso de las tecnologías. Es una investigación cuyo enfoque es

la comunicación, desde la comprensión del significado de lo digital y el proceso de aplicación de éste a la práctica, en el espacio concreto de un gobierno local.

Como mención aparte, es necesario considerar que si bien se habla de “tecnologías”, la comunicación que se está estudiando ocurre mediante recursos tecnológicos que han sido agrupados con una serie de nombres, predominando las ya mencionadas TIC, pero incluyendo también Nuevos Medios, Medios Digitales o incluso el antiguo “nuevas tecnologías”. En otras palabras, se trata de un uso consuetudinario para facilitar la consistencia con estudios previos y el diálogo con nuestros lectores.

1. La problemática de lo electrónico en la gestión de gobierno

Las definiciones sobre GE son tan diversas como existen documentos sobre la materia. La variedad tiene origen en que el término, nacido en Estados Unidos, se refiere a funciones estatales, no gubernamentales, aunque en el contexto anglosajón no se hace coloquialmente esa distinción. En español, el término *gobierno electrónico* implica tanto el significado atribuido al *e-government* como al *e-governance*, a pesar de que son procesos distintos: problemas de la administración y dinámica de las instituciones, respectivamente (Guida y Crow, citados en Unwin, 2009: 283-284).

La discusión sobre el nombre no debiera pasar desapercibida, pues a pesar de que en términos prácticos el GE se reconoce como el uso y aplicación de las TIC en la Administración Pública, en ocasiones la definición tiende a abarcar los beneficios que la aplicación conlleva, añadiéndole valores relacionados más a la función de *gobierno* que a la característica de *electrónico* (Villanueva, 2005: 160). En general, los beneficios se relacionan con la comodidad en la ejecución de procedimientos administrativos, la transparencia, la oferta de información, y la percepción de cercanía, como la oportunidad de compartir el acto de gobierno. Un último beneficio está relacionado con la participación ciudadana, aunque no todas las definiciones hacen referencia a esta.

Como consecuencia de la indefinición del GE surge la problemática de los actores. Algunas definiciones consideran el GE como interfaz del gobierno real, lo que “significa poner el Estado, nacional, regional o local, en Internet” (Finguelevich, 2001: 5); lo que conlleva considerar al gobierno como protagonista del proceso. Sin embargo, este enfoque convive con definiciones que consideran como protagonista al ciudadano: “[it] is about putting the citizen first” (Rubino-Hallman, 2002: 2).

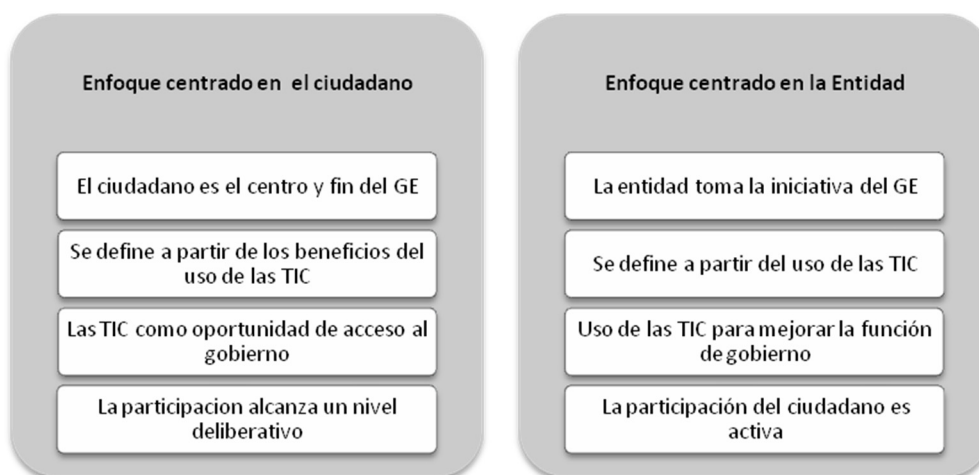
En este nivel de discusión, la problemática reside en la decisión sobre el

protagonista del GE, como actor de la iniciativa. Frente a esto, las administraciones construyen sus propios marcos de interpretación (Yrivarren, 2011: 92), haciendo que la definición del GE sea una decisión política, que ocurre como parte de la formulación de una política pública.

De aquí se obtienen dos conclusiones centrales para el entendimiento del GE, desde su desarrollo e implementación, especialmente en el análisis de lo discursivo. La primera anotación es que la construcción del GE implica necesariamente la decisión política de la administración, y entonces no tiene que ver solo con la tecnología, sino principalmente con el estilo de gobierno, que se extiende al negocio de la función pública, donde una estrategia electrónica permitiría al Estado presentarse como moderno. De aquí se desprenderán los beneficios que la Administración considere otorgar, pudiendo ser solo informativos, transaccionales o incluso participativos.

En segundo lugar, el GE está relacionado con la modernización del Estado y por ende, es este el que porta la iniciativa del mismo, aunque por extensión se involucre a otros actores. Esto, porque la misma modernización del Estado pasa por permitir nuevas formas de participación, de comunicación y de gobierno. La estrategia por la que se implemente el GE puede y debería involucrar a los ciudadanos, pero esto estará sujeto al tipo de gobierno que la Administración espere ejercer y a los elementos discursivos involucrados en la definición de la política (Imagen 1).

Imagen 1. Enfoques para la definición del GE



Fuente: Elaboración propia.

La estrategia que persiga la administración para elaborar su proyecto de GE será definida por motivos políticos antes que normativos, y por último prácticos,

entendiendo que, a pesar de la voluntad política y el desarrollo normativo, pueden existir limitaciones presupuestales, tecnológicas, de capacidades, etcétera, que intervengan en la construcción de la política.

1.1. La participación ciudadana implícita en el gobierno electrónico

Visto que los conceptos de GE son distintos en cuanto a las especificidades, este suceso también involucra el entendimiento de la participación ciudadana. Aquellas definiciones que relacionan el GE con su uso y beneficios, construyen la práctica a partir de la entidad de gobierno como protagonista del mismo; por otro lado, aquellas definiciones que extienden el GE al protagonismo del ciudadano, entendiéndolo como fin del mismo, exigen de la práctica del GE la generación de espacios de participación ciudadana; ¿pero qué tipo de participación?

Hemos de saber que no existe una sola definición de participación ciudadana. Asociada por lo general a los gobiernos democráticos, “la tradición política diferencia esquemáticamente tres formas o niveles de participación: la presencia, la activación y la participación en sentido estricto, referida a las situaciones en las que el individuo contribuye directa o indirectamente en una situación política” (Ballón, 2003: 11). El autor señala, además, que en el Perú:

[...] las distintas experiencias de concertación y participación estuvieron atravesadas por tres perspectivas distintas: la concertación como método o forma que permite garantizar determinados resultados, como estrategia política de legitimación de autoridades e instituciones, y como proceso social y político en el que confluyen actores e intereses diversos (Ballón, 2003: 35).

¿Cómo se interpreta la transformación generada por el modo en que los ciudadanos participan cuando utilizan los medios que un gobierno pone a disposición en el marco del GE? Cuando “aunque la sociedad de la información proponga un lugar desterritorializado, el ejercicio de la ciudadanía, aun a través de las TIC, se sigue jugando dentro de los límites de un lugar territorial como la municipalidad o el estado nación” (Paz Martínez citado en Albornoz y Rivero, 2007: 118-119).

Podemos decir que en ambos enfoques de GE se generan interacciones y beneficios para los actores que interactúan, pero la interpretación de cada uno cambia en función de los valores asignados. Será común que el enfoque de GE donde el ciudadano es el centro y fin, el actor ciudadano participe activamente en la discusión de lo público; por el contrario, en el enfoque donde el gobierno es el actor principal, el ciudadano y

otros actores serán llamados usuarios, y su participación será informativa y transaccional.

Esta reflexión a partir del marco teórico de lo que es el GE y las dificultades sobre su definición, la veremos aplicada a continuación en el caso de la MDM, en Lima, Perú, que viene realizando desde el 2011. El análisis que se presenta se realizó durante 2013.

2. El GE de la Municipalidad de Miraflores

En la MDM la implementación de la estrategia de GE se aprobó por unanimidad en la primera sesión de concejo municipal de la gestión, con la firma de la Carta Municipal de GE de Miraflores, un documento que entiende el GE como: “El uso de las nuevas tecnologías de la información por parte de las distintas entidades del Estado en el cumplimiento de sus funciones” (Acuerdo de Concejo N° 08-2011/MM, 2011).

El modelo de la Municipalidad define un tipo de GE que:

- a) Simplifique las gestiones internas de la entidad
- b) Sea coherente con las políticas del gobierno “real”
- c) Promueva la comunicación con los vecinos
- d) Para que estén debidamente informados de los sucesos de la gestión.

Es importante precisar que el enfoque de GE que describimos, si bien integra al ciudadano, no se centra en este, sino en la gestión misma de la Municipalidad. Aunque se prevén interacciones y beneficios para los actores que interactúan, el enfoque prima la actuación de la entidad de gobierno como actor principal y el ciudadano como usuario del GE. Se interpreta que el GE es un ejercicio concreto de comunicación, pero que no está por encima del verdadero ejercicio: que es el gobierno en sí mismo, la gestión de las cosas.

En la Imagen 2 se presenta el modelo de GE de la MDM donde A) es el nivel normativo, que enmarca la gestión; B) es el nivel político, que expresa la voluntad política; y C) es el nivel práctico, es decir, la forma en que se argumenta y expresa el GE en la realidad administrativa. Se ha formulado el modelo en ese orden por razones que facilitan la comprensión de la definición de GE y no por el orden de constitución de la política, donde el nivel político (B) es anterior al normativo (A) y, finalmente, se sucede el nivel práctico (C).

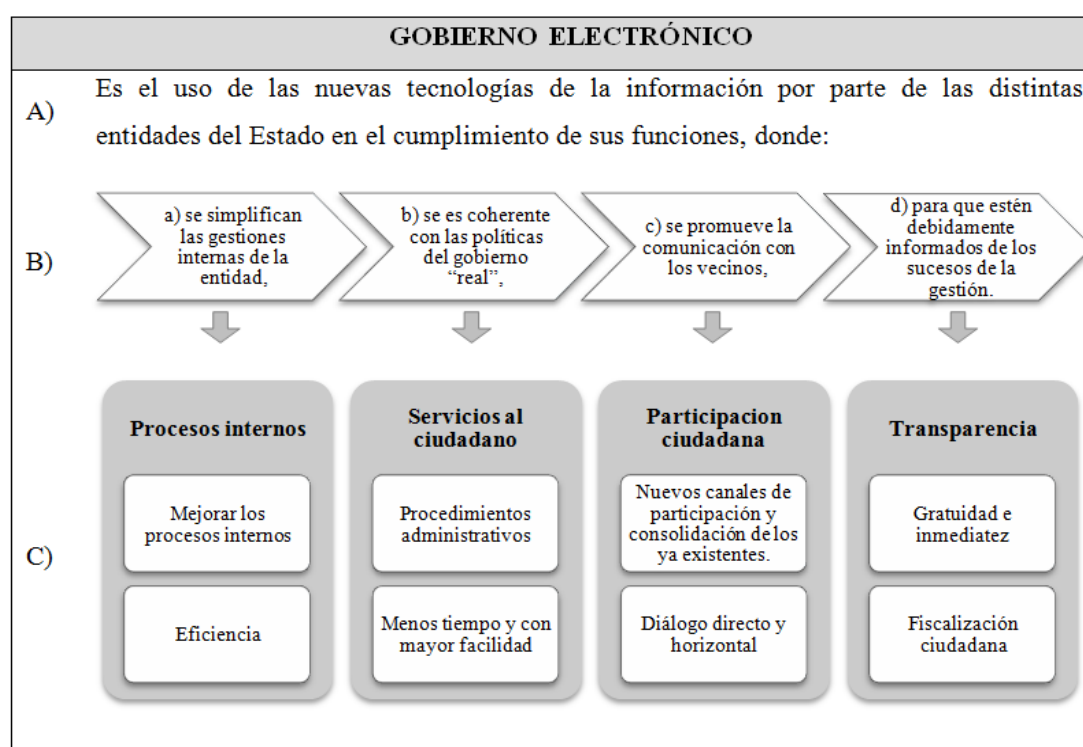
De ahí:

- El normativo (A) está definido a partir del uso de las TIC y no menciona los beneficios de este uso, asimismo la actuación que se prioriza es la de la

entidad y no se menciona al ciudadano.

- El político (B) define el GE a partir de los beneficios que obtiene la entidad del uso de las TIC, pues la actuación que se prioriza es la de la entidad, aunque asoma la importancia del ciudadano.
- El práctico (C) está definido a partir del uso de las TIC y de los beneficios de este uso para ambos actores. La diferencia con la proposición anterior, es que en este discurso asoma la actuación del ciudadano, no solo como actor beneficiario, sino que se le otorga una participación activa en relación al uso de las TIC.

Imagen 2. El modelo de GE de la MDM



Fuente: Elaboración propia

En el caso de la MDM se concluye que, como parte del discurso político y normativo, el GE es parte del negocio de gobierno y por lo tanto tiene que ver con el cumplimiento de las funciones. Sin embargo, en el enfoque práctico, lo central es el uso de las tecnologías.

2.1. En Miraflores el gobierno no es electrónico

¿GE se refiere a gobernar electrónicamente o se refiere a implicar lo electrónico

en el gobierno? El enfoque de la MDM tiende a considerar lo electrónico como el centro del discurso y con esto lo digital, es decir, todo lo relacionado a los procedimientos administrativos que puedan ser digitalizados y aquellos actos de gestión que puedan ser compartidos virtualmente. Es decir, no se propone que el gobierno sea electrónico, sino que el uso de lo electrónico le sea útil al gobierno: “Gobierno Electrónico no es gobernar detrás de la computadora” (Muñoz, 2013).

Aparece entonces la mirada que realmente la gestión le da al GE y cuyo tenor se da en el uso de las tecnologías a partir de tres componentes: a) la comodidad del usuario, que está relacionada a los procedimientos administrativos (trámites, papeles, servicios); b) la transparencia, que tiene que ver con la instantaneidad y la oferta de información para el usuario; y por último, c) la percepción de cercanía, como la oportunidad de compartir el acto de gobierno con los usuarios del espacio digital.

Miraflores no manifiesta la intención de hacer electrónico el gobierno; sino que ciertos servicios, ciertas acciones, ciertos mensajes, se compartan por vías digitales, a fin de que el usuario de éstos pueda tener una experiencia de gobierno cómoda, transparente y cercana. Este hallazgo es constitutivo para el análisis de la dinámica de GE, pues la propuesta del uso de tecnologías radica en permitir el acceso a la información y servicios públicos de forma digital (y en ideal del *e-governance* incluso garantizar la participación ciudadana), sin embargo, este acceso continúa brindándose en un espacio local y real, donde ese acceso es parte de derechos regulados. Esta realidad confronta los ideales del GE, pues aunque el discurso político del caso en estudio no menciona como meta lograr un nivel deliberativo, sí se considera la participación –o la dinamización de ésta– como consecuencia natural del uso de las TIC.

En nuestro caso de estudio, el GE asoma como un término que no define un estilo de gobierno, sino un proceso de gestión, que tiene que ver con el estilo de comunicación electrónica o a través de medios electrónicos, donde el protagonismo es de la administración, porque es la entidad la que toma la iniciativa de esta comunicación. En este sentido el GE busca complementar la relación de gobierno ya existente y con su implementación lo que se buscaría es fortalecer la relación ya existente.

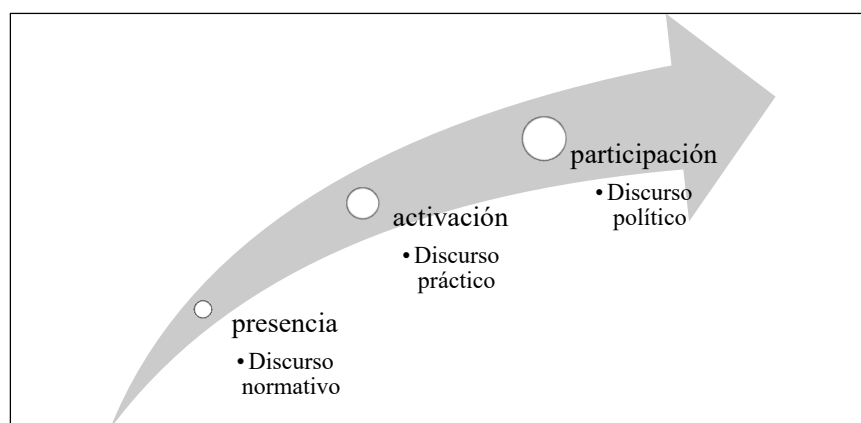
2.2. Sobre la participación ciudadana

A partir de lo revisado podemos señalar que para cada discurso de la MDM se manifiesta y espera un distinto nivel de participación. Para el nivel normativo, el GE se define a partir del uso de las tecnologías y no se menciona al ciudadano como

participante del proceso. En el caso del discurso político, el GE se define a partir de los beneficios que trae a los actores y por lo tanto el vecino es un beneficiario. Por último, el discurso práctico sí incluye al ciudadano en su definición de usuario del GE, por lo que no solo se refiere al uso de las TIC sino también a los beneficios que conlleva dicho uso.

De este modo, a nivel del discurso político, la participación se manifiesta en sentido estricto; es decir, se construye una participación ideal a partir del uso de las tecnologías. A nivel del discurso práctico, la participación es de tipo activación; es decir, la intervención del actor ciudadano contribuye en el gobierno, pero a un nivel menor que en el discurso político, aunque tiende a la participación ideal en los casos en que la tecnología implica la acción directa en el proceso participativo, como el presupuesto participativo, por dar un ejemplo. Por último, en el discurso normativo se manifiesta una participación a nivel de presencia (Imagen 3).

Imagen 3. El discurso de participación ciudadana como método



Fuente: Elaboración propia

Este hallazgo refuerza que la MDM acomoda el discurso de participación del ciudadano a las circunstancias del discurso en el que se encuentre, sea político, normativo o práctico. A pesar que el discurso de participación ciudadana se encuentra presente en el camino de diseño de la política de GE, la MDM modifica los valores que se atribuyen en cada momento de definición de la política.

En este sentido, la MDM privilegia la participación ciudadana interactiva sobre la transformativa. Esto quiere decir que al ser el uso de las tecnologías –y no la relación de gobierno– el objeto del GE, la participación se da en la práctica y en el uso de los medios en donde se ejerce la participación, pero que no se argumentan como suficientes

para la deliberación. Queremos aclarar que esta visión no significa que no se valore la participación del vecino, ni que su presencia no aporte a la relación gobierno-ciudadano; sin embargo, en el contexto que está siendo investigado, esta valoración es una oportunidad para apoyar el discurso político.

Finalmente, anotamos que tanto el discurso como el diseño de la política tienden a componer una relación mediática entre el gobierno y la ciudadanía con el uso de las tecnologías, porque tácitamente se comprenden estas como medios de comunicación y no como soportes de la misma (Verón, 2001: 14-15). Por eso, el discurso de participación ciudadana también se modifica hacia una comunicación electrónica, que privilegia la mediación y el consumo tecnológico, especialmente a través de los nuevos medios, aparentemente más interactivos, transparente e instantáneos.

Esta relación se comprende mediática, pues el valor de la relación entre el gobierno y el ciudadano se dirige al medio por donde se transmite, es decir, la plataforma digital. Por ello decimos que la comunicación, en la dinámica de GE, se define a partir al consumo del medio, y esto expone tres consideraciones de la comunicación que se identifican con: la experiencia del tiempo y del espacio como referentes de la simultaneidad; el ideal de transparencia, que permite considerar la existencia de una sociedad sin distancias simbólicas; y, la interactividad, que viene de la posibilidad de expresarse y ser escuchado.

Concluimos entonces que el término “gobierno electrónico” tiene una interpretación extensiva y, aunque se refiera a comunicarse electrónicamente, se mantiene su uso y aplicación como manifestación de una agenda internacional.

Conclusiones

Esta investigación se propuso analizar la forma en que la Municipalidad Distrital de Miraflores (MDM), a través de su discurso y acciones, expresa un estilo propio de participación ciudadana en el proceso de uso de la TIC en la gestión pública, que se conoce como GE.

Se ha demostrado que el discurso de participación ciudadana del cual se sirve la municipalidad para construir la estrategia inicial de GE no se mantiene consistente en la formulación de la política de GE. Es decir, aunque se manifiesta políticamente que el GE está dirigido al ciudadano y se propone que las tecnologías se usan para lograr estructuras de participación, la dinámica interna de la MDM es más práctica y se

determina hacia lo que se puede lograr en el espacio de la gestión pública, con las limitaciones técnicas, presupuestales y normativas con las se convive como entidad estatal, lo que se manifiesta en un discurso simplificado y orientado a resultados funcionales y concretos.

En este sentido, la MDM entiende el GE de dos formas aparentemente no contradictorias en la práctica de la gestión pública, pero sí distintas en la conceptualización, y utiliza los valores atribuidos a cada definición para construir un propio concepto de GE, el mismo que se ajusta a los fines que desea y se sabe capaz de implementar en el tiempo que dura la gestión.

El caso de la MDM nos ha permitido conocer además la dinámica de comunicación que se manifiesta en el GE y que podríamos extender a otros espacios electrónicos o digitales. Hemos visto que el GE es una forma de comunicación electrónica que entabla la entidad con el ciudadano mediante el uso y aplicación de tecnologías, especialmente Internet. Esta comunicación comprende principalmente la experiencia de la transacción, sea esta información, trámites o servicios. La administración asegura la posibilidad de comunicarse electrónicamente, presumiendo el consumo de lo ofertado por parte de los ciudadanos; en este orden, no es parte del GE conseguir una participación en sentido estricto, sino, más bien, una activación del ciudadano, su presencia y su respuesta, pero no un cambio en la forma en que se toman decisiones de gobierno.

Bibliografía

- Acuerdo de Concejo N° 08-2011/MM (2011). Carta Municipal de Gobierno Electrónico de Miraflores. Municipalidad Distrital de Miraflores. Recuperado de <http://blogs.miraflores.gob.pe/larco400/wp-content/uploads/2013/11/CartaMunicipaldeGE.pdf>.
- Albornoz, M. y Rivero, M. (Ed.) (2007). Experiencias andinas de gobierno electrónico: la problemática de la participación ciudadana. Quito: FLACSO-Ecuador. Recuperado de http://www.flacso.org.ec/docs/gob_electronico.pdf.
- Ballón, E. (2003). Participación ciudadana en espacios locales: notas para un balance necesario. *Cuaderno Descentralista*, N°10. Lima: Grupo Propuesta Ciudadana. Recuperado de http://www.propuestaciudadana.org.pe/sites/default/files/publicaciones/archivos/cd10_completo.pdf.
- Finquelevich, S. (2001). Los impactos sociales de la incorporación de TIC en los gobiernos locales y en los servicios a los ciudadanos. Quito: FLACSO-Ecuador. Recuperado de <http://www.links.org.ar/weblinks/e-govenbuenosairesymontevideo.pdf>.
- Heeks, R. (2001). Understanding e-Governance for Development. En: *i-Government Working Paper Series*, Paper No. 11. Institute for Development Policy and

- Management, University of Manchester, UK. Recuperado de http://www.sed.manchester.ac.uk/idpm/research/publications/wp/igovernment/igo_v_wp11.htm.
- Ley N° 27806 (2003). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Diario Oficial de Perú.
- Meny, Y. y Thoenig, J.C. (1992). *Las políticas públicas*. Barcelona: Ariel.
- Muñoz, J. (2013). Comunicación personal, 9 de julio de 2013.
- Norris, P. (2001). *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Reilly, K. y Raul E. (2003). *El Papel del Ciudadano y de las OSC en el E-Gobierno*. Recuperado de <http://lac.derechos.apc.org/investigacion/e-gobierno.pdf>.
- Rubino-Hallman, S. (2002). *E-government in Latin America and the Caribbean. Reinventing governance in the information age*. Caracas. Recuperado de http://portal.cenit.gob.ve/cenitcms/categoria_docs_7_1_2.html.
- Subirats, J. (1994). *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*. Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas.
- Unwin, T. (Ed.) (2009). *ICT4D: Information and Communication Technology for Development*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Villanueva, E. (2005). *Senderos que se bifurcan: retos y dilemas de la sociedad de la información*. Lima: PUCP.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Yrivarren, J. (2011). *Gobierno Electrónico. Análisis de los conceptos de tecnología, comodidad y democracia*. Lima: UPC.

Biografía

Cecilia Benavides Castro es Licenciada en Comunicación para el Desarrollo por la Pontificia Universidad Católica del Perú, donde también cursa la Maestría en Gerencia Social. Es especialista en comunicación estratégica, con más de seis años de experiencia en gestión de proyectos de desarrollo sostenible vinculados al sector público, privado y cooperación internacional. En la actualidad se desempeña como consultora de programas de responsabilidad social y sostenibilidad. En el ámbito académico cuenta con más de seis años de experiencia en la docencia como Pre-Docente en la Pontificia Universidad Católica del Perú, en los cursos de “Diseño y gestión de proyectos” e “Investigación Académica”. Los temas de investigación en los que se desarrolla son comunicación estratégica, tecnologías de la información y comunicación y desarrollo territorial. Correo electrónico: c.benavides@pucp.pe.

La Democratización de la Administración electrónica: la evolución de las TIC hacia el Gobierno Abierto

eGovernment democratization: from ICT to Open Government

Raquel Hernando Posada, Junta de Castilla y León

Resumen

En diciembre de 2013 se publica en España la ley de referencia sobre Open Government. Este nuevo paradigma de Gobierno Abierto tiene como pilares la transparencia, la participación, la colaboración y la rendición de cuentas. Existen múltiples definiciones, pero en todas ellas subyace el cambio de rol del ciudadano, que pasa de desempeñar un papel pasivo en los servicios administrativos que le ofrecen, a uno más activo, pudiendo tomar parte en qué tipo de servicios desea y en cuál es la mejor manera de ofrecérselos. Aquí destacan especialmente las nuevas tecnologías, con las redes sociales a la cabeza, ya que facilitan mucho la interacción inmediata con la administración y reducen las distancias, acercándola a las personas. La comunicación administración-ciudadano deja de ir sólo en un único sentido para hacerlo en ambos. El objetivo principal de esta comunicación es investigar cuáles son las iniciativas actuales más importantes de Gobierno Abierto, tanto de ámbito público como privado, haciendo especial hincapié en el escaparate de sus presentaciones en Internet a través de portales, redes sociales y canales similares.

Palabras clave

Administración electrónica; Gobierno Abierto; Transparencia; Participación; Colaboración.

Abstract

In December 2013, the Spanish Government published the law of reference about Open Government. The pillars of this new paradigm are transparency, participation, collaboration and accountability. There are many definitions, but they all include a change of the role of citizens, who turn from a passive role in the administrative services provided, to a more active function. In fact, now citizens can take part in what type of services they wish and in how these should be provided. In this realm, the new technologies play an important role, especially social networks, since they facilitate the immediate interaction with the administration and reduce the distances with people. The administration-citizen communication is no longer unidirectional, as it goes both ways now. The main aim of this communication is to investigate which are the most important current initiatives of Open Government, both in the public and private realm, with special attention to how they exhibit on Internet portals, social networks and similar channels.

Keywords

eGovernment; Open Government; Transparency; Participation; Collaboration.

Introducción

Dentro del contexto de modernización e innovación continua en el que se encuentra sumida la administración y cuyo escaparate más visible es la *administración electrónica*, ¿cuál es la puerta abierta a la implicación real de los ciudadanos? Inherente

a esta idea nos encontramos con el planteamiento de cuál es el papel que las partes interesadas (o *stakeholders*) tienen en la toma de decisiones, puesto que deberían poner encima de la mesa cuáles son sus intereses y tendrían la posibilidad de influir en las decisiones que se adoptasen, reconociendo a la ciudadanía un papel corresponsable en la acción de gobierno.

El marco normativo en España lo establece la Ley 19/2013 sobre transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, cuyo objeto es ampliar y reforzar la transparencia de la actividad pública, regular y garantizar el derecho de acceso a la información relativa a aquella actividad y establecer las obligaciones de buen gobierno que deben cumplir los responsables públicos así como las consecuencias derivadas de su incumplimiento. A lo largo de esta comunicación, se recopilarán y analizarán múltiples sitios web institucionales existentes en España y parte del extranjero, incidiendo en el punto de vista del administrado sobre ellos. Los ciudadanos debemos ser capaces de aprovechar esta coyuntura y, entre todos, intentar mejorar las administraciones, y esto puede hacerse de forma individual o colectiva, participando en plataformas existentes. Por ello, en segundo lugar, se presentará un exhaustivo estudio sobre cuáles son las iniciativas cívicas más destacadas del momento, planteándonos cuál es su poder potencial a la hora de lograr que los gobiernos rindan cuentas.

Según el Instituto Nacional de Estadística, en 2013 el 91,8% de niños eran usuarios de Internet y el 95,2% eran usuarios de ordenador (INE, 2013; ONTSI, 2013c). Sin embargo, entre los adultos estas cifras descienden bastante. Cabe preguntarse cuáles son los motivos y cómo las desigualdades sociales repercuten en el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), para que la brecha digital no suponga un freno a la hora de participar en todas las iniciativas cívicas existentes.

1. Iniciativas Públicas de Gobierno Abierto

Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI, 2013b), el Gobierno Abierto se apoya en estos pilares:

1. *Transparencia*: tiene como objetivo ofrecer información abierta y accesible sobre cada institución pública a la ciudadanía: económica y de gestión, sobre sus actividades, y de interés en general.
2. *Participación*: tiene como objetivo conocer la opinión de la ciudadanía respecto a la actividad de cada institución pública como, por ejemplo,

consultas, aportaciones o diseños de políticas públicas. Busca así incrementar la calidad de los servicios a menor coste.

3. *Colaboración*: tiene como objetivo aprovechar la información, conocimiento y experiencia colectiva para conseguir el beneficio común de cada institución pública y la ciudadanía, por ejemplo, reutilizando información del sector público (RISP, Reutilización de la Información en el Sector Público).
4. *Rendición de cuentas*: la organización Access-Info Europe indica que un gobierno responsable y que rinde cuentas es uno que se hace a sí mismo refutable ante el público, cumpliendo con estándares de comportamiento e integridad, y que explica y asume responsabilidades por sus decisiones y acciones. (OGS, s.f.)

Todos los autores coinciden en situar en el año 2009 el despegue del Gobierno Abierto a nivel mundial, coincidiendo con 2 hitos relevantes. Por una parte, el Gobierno de Estados Unidos aprobó el Memorándum de Transparencia y Gobierno Abierto (White House, 2009), que comprometía a la administración estadounidense a crear un nivel de apertura del Gobierno sin precedentes y a trabajar conjuntamente para crear un sistema de transparencia, participación pública y colaboración que garantizara la confianza en el sector público. Por otra parte, se establece la Declaración de Malmö (Comisión Europea, 2009), por la que la Comisión Europea instó a los gobiernos a que fueran más abiertos, flexibles y colaborativos en su relación con los ciudadanos y empresas, basándose en el uso de las TIC, con el propósito de incrementar su eficiencia y eficacia, mejorar los servicios públicos, maximizar el valor público y fomentar la transición de Europa hacia una Economía del Conocimiento.

Uno de los motores de su gran expansión ha sido la Alianza para el Gobierno Abierto, más conocida por sus siglas en inglés, OGP (Open Government Partnership), una organización lanzada oficialmente el 20 de septiembre de 2011 para hacer a los gobiernos más eficientes. A sus ocho países fundadores se han ido sumando exponencialmente muchos más, siendo a primeros de 2015 un total de 65 los que ya han publicado sus planes de acción nacionales. Los ciudadanos están interesados en la información pública. Concretamente en España, según datos del ONTSI (2013a), este porcentaje se fija en el 91,6%. Conceden a la transparencia un papel muy relevante, ya que un 70,3% de los encuestados considera que mejoraría la eficiencia de las Administraciones Públicas y un 72,1% afirma que mejoraría igualmente la confianza en

el Gobierno. Por lo tanto, las administraciones no pueden permanecer al margen. Existen muchísimas iniciativas en materia de Gobierno Abierto, si bien cada una de ellas está centrada en ese ámbito de forma global o más concretamente en alguno de sus pilares, por ejemplo, portales de transparencia o de Open Data. Cumpliendo con las indicaciones de la legislación que va apareciendo y al hilo del boca a boca, el clamor popular y lo considerado políticamente correcto, la mayoría de las administraciones ya disponen de portales web específicos de Gobierno Abierto, si bien mientras algunas están inmersas en el proceso de su implantación, mantienen la información más dispersa en las páginas de sus sitios. A nivel autonómico, se van a recopilar las existentes, ya que todas las Comunidades Autónomas quieren aportar su granito de arena y contemplan la transparencia, la participación y los datos abiertos en sus propias sedes administrativas. En el caso de la Administración General del Estado, se pretende centralizar todas las actuaciones, creando un único punto de acceso desde el que se enlacen todas las existentes en España, independientemente de su administración de procedencia. Por último, destacaremos por su interés algunas iniciativas tanto municipales como internacionales (éstas últimas, estatales).

1.1 Ámbito nacional

- *Portal de la transparencia del Gobierno de España* (Figura 1): es la plataforma por la que se podrá acceder a la información de la Administración General del Estado. También contendrá la información que los ciudadanos soliciten con mayor frecuencia en ejercicio del derecho de acceso a la información pública.

Figura 1: Portal de la transparencia del Gobierno de España



Fuente: <http://transparencia.gob.es>¹

¹ Todas las imágenes que se muestran a lo largo de este documento se han obtenido el 3 de febrero de 2015, fecha de la última visita a los portales.

- *Portal de datos abiertos de la administración española* (Figura 2): es el portal de carácter nacional que organiza y gestiona el Catálogo de Información Pública del Sector Público.

Figura 2: Portal de datos abiertos de la administración española



Fuente: <http://datos.gob.es>

1.2 Ámbito autonómico

Algunas comunidades disponen de portales específicos de transparencia, participación y/o datos abiertos. A veces incluyen todo de manera integrada o a veces tienen sólo alguna de estas áreas. Se hace un recorrido por todas las autonomías.

- Andalucía (Figura 3): Portal de datos abiertos de la Junta de Andalucía.

Figura 3: Portal de datos abiertos de la Junta de Andalucía



Fuente: <http://www.juntadeandalucia.es/datosabiertos/portal.html>

- Aragón (Figura 4): Portal de transparencia del Gobierno de Aragón. Desde él se enlaza al de datos abiertos (<http://opendata.aragon.es/>) y al de participación (<http://aragonparticipa.aragon.es/>).

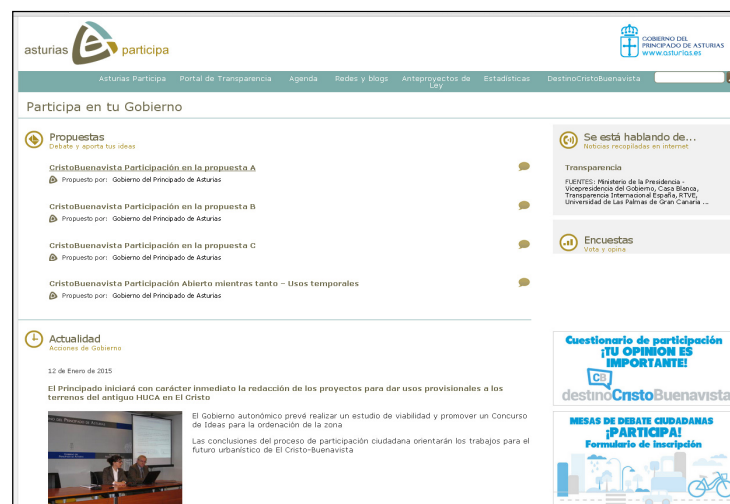
Figura 4: Portal de transparencia del Gobierno de Aragón



Fuente: <http://aragon.es/Temas/Transparencia>

- Asturias (Figura 5): Portal de participación del Gobierno del Principado de Asturias. Desde él se enlaza al de transparencia.

Figura 5: Portal de participación del Gobierno del Principado de Asturias



Fuente: <http://www.asturiasparticipa.es/>

- Baleares (Figura 6): Portal de transparencia del Gobierno de las Islas Baleares. Nace con la voluntad de difundir los datos relativos a las políticas y actuaciones públicas y responde al compromiso de facilitar el acceso a las mismas a la ciudadanía de forma accesible y transparente.

Figura 6: Portal de transparencia del Gobierno de las Islas Baleares



Fuente:

<http://www.caib.es/sacmicrofront/home.do?mkey=M1102141103432671913&lang=es>

- Canarias (Figura 7): Portal de transparencia del Gobierno de Canarias. Pone a disposición de la ciudadanía la información que genera su actividad ya que la rendición de cuentas permanente es un derecho ciudadano y una obligación inherente al responsable político.

Figura 7: Portal de transparencia del Gobierno de Canarias



Fuente: <http://www.gobiernodecanarias.org/transparencia/>

- Cantabria (Figura 8): Portal de la transparencia del Gobierno de Cantabria. Surge para devolver a la ciudadanía parte del poder que deposita en la administración, para que participe y colabore en la construcción de lo público, que es de todos.

Figura 8: Portal de la transparencia del Gobierno de Cantabria



Fuente: <http://www.cantabria.es/web/portal-de-transparencia>

- Castilla La Mancha (Figura 9): Portal de transparencia del Gobierno de Castilla-La Mancha, ya que la transparencia, el acceso a la información pública y las normas de buen gobierno deben ser los ejes fundamentales de toda acción política.

Figura 9: Portal de transparencia del Gobierno de Castilla-La Mancha



Fuente: <http://transparencia.castillalamancha.es/>

- Castilla y León (Figura 10): Portal de Gobierno Abierto de la Junta de Castilla y León. Proyecto con el que pretenden incorporar a la actuación habitual de un gobierno medidas que fomenten la transparencia de forma que los ciudadanos, con la información suficiente, puedan participar en las actuaciones de su gobierno y, en última instancia, puedan también colaborar.

Figura 10: Portal de Gobierno Abierto de la Junta de Castilla y León



Fuente: <http://www.gobiernoabierto.jcyl.es>

- Cataluña (Figura 11): Portal de transparencia de la Generalitat de Cataluña. Es atractiva su sección de Infografías.

Figura 11: Portal de transparencia de la Generalitat de Cataluña



Fuente: <http://transparencia.gencat.cat/es/index.html>

- Comunidad Valenciana (Figura 12): Portal de Transparencia de la Generalitat Valenciana. Su objetivo es crear un gobierno abierto, que mejore a través de la colaboración entre administración y ciudadanía.

Figura 12: Portal de transparencia de la Generalitat Valenciana



Fuente: <http://www.gvaoberta.gva.es/>

- Extremadura (Figura 13): Portal de Transparencia y Colaboración Ciudadana. Es el resultado del compromiso del Gobierno para exponer, sin restricciones técnicas ni legales, datos públicos que hasta ahora no estaban disponibles, con el fin de que particulares y empresas puedan tenerlos a su disposición, distribuirlos y crear herramientas y servicios que puedan satisfacer sus necesidades.

Figura 13: Portal de transparencia del Gobierno de Extremadura



Fuente: <http://gobiernoabierto.gobex.es/>

- Galicia (Figura 14): Portal de transparencia de la Xunta de Galicia. Publica contenidos solamente informativos y orientados al cumplimiento de los objetivos de transparencia.

Figura 14: Portal de transparencia de la Xunta de Galicia



Fuente: <http://www.xunta.es/a-presidencia/transparencia>

- La Rioja (Figura 15): Portal de la transparencia del Gobierno de La Rioja. Muestra, entre otras cosas, el programa de Gobierno, la ejecución del presupuesto, las contrataciones y el Registro de Bienes y Actividades de los miembros del Gobierno.

Figura 15: Portal de la transparencia del Gobierno de La Rioja



Fuente: <http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=669972>

- Madrid: A la fecha de entrega de este estudio, la Comunidad de Madrid no dispone de un portal específico de Gobierno Abierto, transparencia o similar.
- Murcia (Figura 16): Iniciativa integral para la transparencia de la Región de Murcia.

Figura 16: Iniciativa Integral para la Transparencia de la Región de Murcia



Fuente: <http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=2517&IDTIPO=140>

- Navarra (Figura 17): Portal de Gobierno Abierto de la Comunidad Foral de Navarra. Surge para incrementar la posibilidad de conocimiento por parte de la sociedad, de aspectos cuantitativos y cualitativos que permitan una mayor cercanía a la administración y al Gobierno.

Figura 17: Portal de Gobierno Abierto de la Comunidad Foral de Navarra



Fuente: <http://www.gobiernoabierto.navarra.es>

- País Vasco (Figura 18): Portal de Gobierno Abierto del Gobierno Vasco. Irekia es un canal de comunicación directa entre la ciudadanía y la Administración a través de Internet con un lenguaje no administrativo, más asequible al ciudadano.

Figura 18: Portal de Gobierno Abierto del Gobierno Vasco



Fuente: <http://www.irekia.euskadi.net>

1.3 Ámbito local

Se presentan algunos de los ayuntamientos con iniciativas más relevantes.

- Santander (Figura 19): Portal de transparencia del Ayuntamiento de Santander. Iniciativa creada en colaboración con el Ayuntamiento de Terrassa.

Figura 19: Portal de transparencia del Ayuntamiento de Santander



Fuente: <http://transparencia.santander.es/>

- Zaragoza (Figura 20): Portal de transparencia del Ayuntamiento de Zaragoza.

Figura 20: Portal de transparencia del Ayuntamiento de Zaragoza



Fuente: <http://www.zaragoza.es/ciudadania/gobierno-abierto/>

Hay muchas otras ciudades españolas que ya tienen su propia web de transparencia. Sin extendernos más, destacamos algunos ayuntamientos:

- Barcelona: <http://governobert.bcn.cat/es/transparencia>
- Gijón: <https://transparencia.gijon.es/>
- Málaga: http://gobiernoabierto.malaga.eu/es/transparencia/#.VNC009KG_To
- Pamplona: <http://www.pamplona.es/verpagina.asp?idpag=1519>
- Sevilla: <http://www.sevilla.org/ayuntamiento/transparencia>
- Valencia: <http://www.valencia.es/ayuntamiento/DatosAbiertos.nsf/>
- Valladolid: <http://www.valladolid.es/es/temas/hacemos/open-data-datos-abiertos>

1.4 Ámbito internacional

- Estados Unidos:
 - La Casa Blanca: <http://www.whitehouse.gov/open>
 - We the People: <https://petitions.whitehouse.gov>
- Reino Unido: Número 10 de Downing Street

(<https://www.gov.uk/government/organisations/prime-ministers-office-10-downing-street>).

- Chile:
 - Portal de Gobierno Abierto: <http://www.gobiernoabierto.cl>.
 - Portal de Transparencia: <http://www.portaltransparencia.cl>.
- Perú: Portal de Transparencia (<http://www.peru.gob.pe/transparencia>).
- Brasil:
 - Portal de Datos Abiertos: <http://datos.gov.br>.
 - Portal de Transparencia: <http://www.portaltransparencia.gov.br>.
- Australia: Portal de Datos Abiertos (<http://data.gov.au>).

2. Iniciativas de Ámbito Privado

2.1 Españolas

- Fundación Ciudadana Civio (Figura 21): Es una organización sin ánimo de lucro que busca fomentar un concepto de ciudadanía activa e involucrada, incidiendo en la transparencia informativa y la apertura de datos, mediante el desarrollo de aplicaciones tecnológicas y la generación de contenidos periodísticos de calidad. Patrocinan diferentes proyectos para mejorar el empoderamiento ciudadano y la rendición de cuentas por parte de las instituciones. Algunos de ellos son: “tu derecho a saber”, “el boe nuestro de cada día”, “quién manda” y “¿dónde van mis impuestos?”

Figura 21: Portal de la Fundación Ciudadana Civio



Fuente: <http://www.civio.es>

- Tu derecho a saber (Figura 22): Facilitan solicitar información a cualquier institución pública española. Un ciudadano hace una solicitud, ellos se encargan de hacérsela llegar al responsable y avisan cuando responda. Todo el proceso es transparente y público para que el solicitante y el resto del mundo puedan seguirlo.

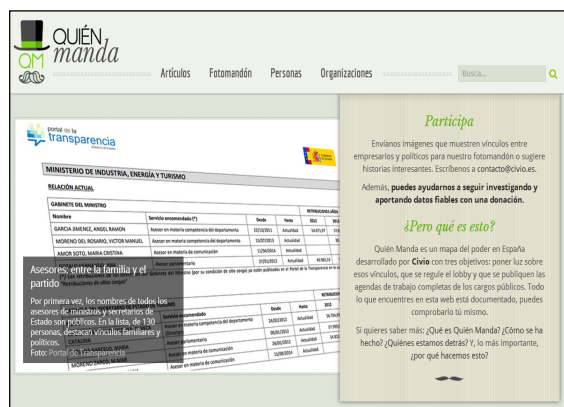
Figura 22: Tu derecho a saber



Fuente: <http://www.tuderechoasaber.es>

- El Boe nuestro de cada día: <http://elboenuestrodecadadia.com>. Intenta traducir y contextualizar las decisiones más relevantes que se publican en el Boletín Oficial del Estado: nombramientos, subvenciones, etc.
- Quién manda (Figura 23): Es un mapa del poder en España desarrollado por Civio con tres objetivos: poner luz sobre esos vínculos, que se regulen los lobbies y que se publiquen las agendas de trabajo completas de los cargos públicos.

Figura 23: Quién manda



Fuente: <http://quienmanda.es>

- ¿Dónde van mis impuestos?: <http://dondevanmisimpuestos.es>. Permiten visualizar cuánto dinero gastan la Administración General del Estado y la Seguridad Social, y cómo lo gastan.
- OpenKratio: <http://openkratio.org>. Web de ciudadanos independientes decididos a inculcar en la sociedad los principios del Gobierno Abierto y los Datos Abiertos: Transparencia, Participación Ciudadana y Reutilización de la Información.
- Qué hacen los diputados: <http://quehacenlosdiputados.net>. Es una aplicación con información y datos que permite a la ciudadanía seguir la trayectoria y labor de los 350 diputados del Congreso. En la web se encuentra información sobre la trayectoria profesional y política de los parlamentarios, datos personales públicos (como la declaración de bienes y rentas y sus actividades), iniciativas, comparecencias en Pleno y comisión y votaciones en Pleno.
- Transparencia de cuentas públicas: <http://transparenciadecuentaspublicas.es>. Es un proyecto emprendedor de Open Data y Open Government. Utilizan los datos públicos de fuentes oficiales (ej: Ministerio de Hacienda) para acercar esta información a la sociedad y a las empresas. Con el fin de mejorar y aumentar el conocimiento sobre las cuentas públicas y así incentivar a una mejor gestión de las mismas.
- Sueldos públicos: <http://www.sueldospublicos.com/transparencia.php>. Informa del salario de los cargos públicos. Bajo los principios de información veraz, contrastada, transparente y libre, la publicación tiene como objetivo dar a conocer lo que cobran los políticos.
- Observatorio de la ciudadanía contra la corrupción: <http://ciudadanoscontralacorrupcion.es>. Entidad que pretende ayudar a denunciar todo tipo de acto de cohecho, malversación, o cualquier otro que pueda considerarse práctica corrupta de la que tengan conocimiento, ya sea ante los organismos de inspección y control económicos o judiciales pertinentes o mediante denuncia pública en los medios de comunicación.
- Óigame: <https://oiga.me/es>. Herramienta para generar peticiones *online* y campañas de apoyo. Actúa como catalizador de demandas y peticiones

facilitando el contacto directo de los ciudadanos con los responsables y representantes de gobiernos, empresas o cualquier tipo de autoridades.

- Las cuentas claras: <http://cuentas-claras.org>. Iniciativa de un grupo de ciudadanos que piensan que nunca se acometerán cambios importantes en contra de los intereses de los propios partidos si no se incrementa la presión pública por medio de todo tipo de denuncias cívicas y protestas no violentas.
- Kuorum: <http://kuorum.org>. Herramienta de democracia participativa que acerca los ciudadanos a sus representantes. Un usuario se registra y puede empezar a votar las leyes que están sobre la mesa en su parlamento nacional o autonómico. Si sobre alguna ley hay quórum –si la votan más de 1000 usuarios– se lo hacen saber a los parlamentarios.

2.2 Internacionales

Muchos proyectos internacionales están presentes en diferentes países y disponen de webs locales propias, cuyas *urls* son las que se presentan a lo largo de este apartado.

- Change.org (Figura 24): Es la mayor plataforma internacional de peticiones online y empodera a las personas para generar los cambios que quieren ver. Posibilita que cualquier persona inicie una campaña y movilice inmediatamente a personas en todo el mundo, consiguiendo que los gobiernos y las empresas respondan y rindan cuentas.

Figura 24: Change.org



Fuente: <https://www.change.org/es>

- Transparencia internacional: <http://www.transparencia.org.es>. Es una organización no gubernamental a escala universal dedicada a combatir la corrupción, congregando a la sociedad civil, sector privado y gobiernos en una amplia coalición global.
- Open Knowledge: <http://okfn.es>. Fundación sin ánimo de lucro con sede en más de 40 países. Promueven una mejor gobernanza, mejor cultura, mejor investigación y mejor economía a través de la apertura del conocimiento.
- Ciudadano inteligente: <http://ciudadanointeligente.org>. Organización que busca fortalecer la democracia y reducir la desigualdad en América Latina, promoviendo la transparencia y la participación ciudadana a través del uso innovador de las tecnologías de la información. Su sede está en Santiago de Chile y promueve iniciativas como “del dicho al hecho”.
- Del dicho al hecho (Figura 25): Medición del grado de cumplimiento de los compromisos electorales presidenciales.

Figura 25: Del dicho al hecho



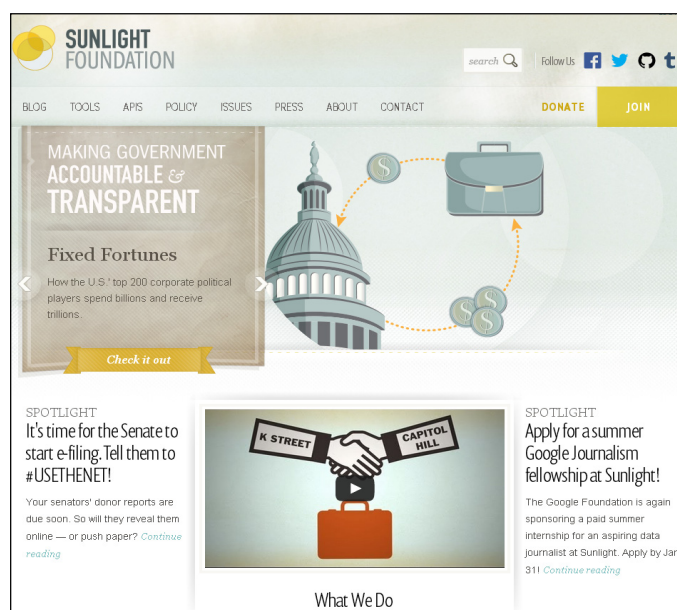
Fuente: <http://deldichoalhecho.cl>

- Access Info Europa: <http://www.access-info.org>. Organización de derechos humanos dedicada a la promoción y protección del derecho de acceso a la información en Europa, entendida como herramienta para la defensa de las libertades civiles y los derechos humanos, para facilitar la participación pública en la toma de decisiones, y para exigir que los

gobiernos rindan cuentas.

- My Society: <https://www.mysociety.org>. Organización sin ánimo de lucro con ubicada en el Reino Unido. Desarrollan y popularizan soluciones digitales que permiten a los ciudadanos ejercer poder sobre las instituciones y los responsables de tomar decisiones. Patrocinan iniciativas como “what do they know” o “they work for you”.
- What do they know: <https://www.whatdotheyknow.com>. Web de acceso a información que los ciudadanos pueden consultar de forma pública.
- They work for you: <http://www.theyworkforyou.com>. Proporcionan información de los políticos que representan a los ciudadanos como, por ejemplo, sus nombres, actividades, escritos presentados, etc.
- Sunlight Foundation (Figura 26): Organización sin ánimo de lucro de Estados Unidos que aboga por gobiernos abiertos y utiliza la tecnología para hacer que sean más responsables ante los ciudadanos.

Figura 26: Sunlight Foundation



Fuente: <http://sunlightfoundation.com>

- Open North: <http://opennorth.ca>. Organización canadiense sin ánimo de lucro que construye herramientas on line para mejorar la democracia.
- Démocratie Ouverte (Figura 27): Organización francesa sin ánimo de lucro que quiere promover los beneficios del gobierno abierto.

Figura 27: Démocratie Ouverte



Fuente: <http://democratieouverte.org>

- Avaaz: <http://www.avaaz.org/es/>. Comunidad global de movilización online que integra la acción política impulsada por la ciudadanía dentro de los procesos de toma de decisiones globales.

3. Discusión

Una vez presentada esta amplia muestra de las iniciativas de Gobierno Abierto existentes, procede realizar un análisis sobre ellas.

En primer lugar, cabe plantearse una primera taxonomía en base a su filiación, es decir, a quiénes son los responsables de los organismos promotores. Por un lado, se han mostrado administraciones y, por otro, organizaciones privadas. Aquéllas se han categorizado en función de su ámbito territorial: nacional (España y extranjero), autonómico y local. Por lo que respecta a las privadas, se constata que un gran porcentaje corresponde a organizaciones sin ánimo de lucro, otro bloque a entidades que utilizan los datos que la administración pone a disposición de los ciudadanos (los presentan tal cual o realizan con ellos análisis posteriores) y otro a agrupaciones ciudadanas diversas.

¿Son transparentes las iniciativas de transparencia y Gobierno Abierto? Inicialmente podríamos pensar que sí, pero tras una segunda lectura, descubrimos matices. ¿Qué intereses subyacen por detrás de ellas? Además de la obligación legal,

por ejemplo, hay webs administrativas en las que encontramos fines electoralistas, como si la transparencia fuera un logro exclusivo del presidente de una corporación determinada.

También se observa una intención de no quedarse atrás, para que en el caso de que se planteen comparativas, no salir mal parado. El lector es libre de pensar si éste es un buen pilar para poner en marcha un proyecto o deberían ser otros tales como la apertura al ciudadano, la transparencia, la participación o la rendición de cuentas.

La existencia de estos portales permite al ciudadano disponer de una puerta abierta hacia la administración, bien directa (a través de sus propias webs) o bien indirecta (a partir de webs de terceros que ponen en contacto a ambas partes). Algunas webs administrativas son algo complejas para el ciudadano de a pie, utilizan un lenguaje muy técnico y, por tanto, difícil de entender. De modo que el valor añadido de ciertos portales privados es que todo ello sea transparente al remitente: simplemente él lanza la pregunta y se le muestra la respuesta final, sin que haya tenido que preocuparse de a quién o qué departamento dirigirla, además de hacer público todo el proceso. A medida que los portales gubernamentales vayan concienciándose y mejorando, integrando las sugerencias cívicas, habremos de estar pendientes de la evolución de los privados, porque quizás esta función suya vaya desapareciendo.

La Administración tiene mucho trabajo que hacer. En primer lugar, pasar de la corrección política al convencimiento y este cambio, para ser efectivo, debe involucrar indudablemente a sus dirigentes. No puede ser, por ejemplo, que se publique una declaración de bienes en la que se “olvide” mencionar algunos. Ese será su principal reto de cara al futuro, conseguir que el ciudadano se crea a sus políticos y nada mejor para ello que la transparencia en vez de la opacidad.

Conclusiones

Según datos del ONTSI (2012), se estima que el Gobierno Abierto genera en España un negocio de unos 600 millones de euros anuales. La plataforma Change.org tiene registrados más de 70 millones de usuarios en 196 países. Las iniciativas de transparencia y datos abiertos son en general muy bien valoradas y, cada vez más, su existencia se convertirá en una exigencia por parte de las leyes y la ciudadanía. En un mundo donde los ciudadanos serán nativos digitales, la Administración debe ofrecer servicios de calidad adaptados a las necesidades que éstos demanden, por lo que deberá

dotarse de medios para hacer que sean una realidad y avancen al ritmo de sus usuarios, no yendo siempre por detrás de ellos o dando la impresión de opacidad u ocultación de la información. Para que una institución sea transparente, debe ofrecer información cierta, concisa y completa.

Es de esperar que en poco tiempo todas las administraciones españolas estén plenamente adaptadas a las exigencias legislativas en esta materia, y que el efecto cadena, su cada vez mayor difusión y la concienciación ciudadana hagan que crezcan sus prestaciones. Queda por ver si los gobernantes con responsabilidades políticas asumen el reto de que sean iniciativas que no queden en papel mojado por falta de credibilidad y que sus actuaciones se incorporen a las formas de trabajo y procesos diarios en vez de ser un escaparate en su propio beneficio. Además, la administración tiene que plantearse cómo evitar que grupos organizados de poder monopolicen las herramientas para equilibrar la balanza hacia sus propios intereses, e intentar regirse por el bien común de todos los ciudadanos (si es que eso es posible).

En cuanto a las iniciativas de ámbito privado, habrá que ver cómo evolucionan una vez que las administraciones se acerquen a los ciudadanos y éstos consideren que ya no necesitan intermediarios para comunicarse con ellas.

Bibliografía

- INE (2013). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2013*. Instituto Nacional de Estadística. Recuperado de <http://www.ine.es>.
- Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Boletín Oficial del Estado, Madrid, 10 de diciembre de 2013.
- Comisión Europea (2009). *Ministerial Declaration on eGovernment*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/ministerial-declaration-on-egovernment-malmo.pdf>.
- OGP, Open Government Partnership. (2014). *Open Government Guide*. Recuperado de <http://opengovguide.theideabureau.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2014/10/Spanish-download-of-the-Guide-Gu%C3%ADa-sobre-Gobierno-Abierto.pdf>.
- OGS (s.f.). *Estándares de Rendición de Cuentas*. Open Government Standards. Recuperado de <http://www.opengovstandards.org/index.php?idioma=es#estandares>.
- ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2012). *Estudio de caracterización del Sector Infomediario en España (Edición 2012)*. Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/info_sector_infomediario_2012_vf_r.pdf.
- ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013a). *Estudio de la demanda y uso de Gobierno Abierto en*

España (Edición 2013). Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/demanda_y_uso_de_gobierno_abierto_en_espana.pdf.

ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013b). *Estudio sobre Objetivos, Estrategias y Actuaciones Nacionales e Internacionales en materia de Gobierno Abierto (Edición 2013)*. Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/objetivos_estrategias_y_actuaciones_gobierno_abierto.pdf.

ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2013c). *Perfil sociodemográfico de los internautas (Datos INE 2013)*. Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/perfil_sociodemografico_de_los_internautas_2013_0.pdf.

White House (2009). *Memorandum on Transparency and Open Government*. Recuperado de http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment.

Biografía

Raquel Hernando Posada es Técnico Superior de Informática de la Junta de Castilla y León, donde trabaja como Jefa de Proyectos en la Consejería de Economía y Empleo. Correo electrónico: herposra@jcyl.es.

Bloque VII
Educación, sociedad civil y
cambio social

Part VII
Education, civil society and
social change

Comunicación educativa y cultura política en el Movimiento 15M

Educational communication and political culture in the 15-M Movement

Ángel Barbas Coslado, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

Resumen

En este artículo planteamos algunos de los aspectos tratados en la investigación que estamos desarrollando sobre la dimensión pedagógica-política implícita en los procesos de producción de los medios de comunicación del Movimiento 15M. Concretamente, abordamos los conceptos de “comunicación educativa” y “cultura política” y centramos nuestro estudio en las prácticas asamblearias y en los medios de comunicación del movimiento pues, según los primeros análisis, es a través de estas prácticas y en estos entornos donde están confluyendo los procesos comunicacionales y los procesos de formación sociopolítica.

Palabras clave

Movimiento 15M; comunicación educativa; cultura política; metodología asamblearia; medios de comunicación.

Abstract

In this paper, we propose some of the issues addressed in the research we are developing about the pedagogical-political dimension implicit in the media production processes of the Movement 15M. Specifically, we address the concepts of “educational communication” and “political culture” and we focus our study about practices in assemblies and media of the movement because, according to preliminary analysis, is through these practices and in these environments where are converging communication processes and sociopolitical formation processes.

Keywords

15M movement; educational communication; political culture; assembly methodology; media communication.

Biografía

Ángel Barbas Coslado (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED) es Diplomado y Graduado en Educación Social y Máster en Comunicación y Educación en la Red. En la actualidad es Profesor-Tutor de ‘Comunicación y Educación’ y Becario FPI de la UNED. Realiza su tesis doctoral sobre la Comunicación Educativa en el Movimiento 15-M. Ha participado en proyectos, cursos, seminarios y congresos sobre Movimientos Sociales, Comunicación Educativa y Educación Mediática. Asimismo, ha publicado capítulos en libros colectivos y artículos en revistas científicas sobre estas temáticas. Ha sido investigador visitante en The University of Texas at Austin (Estados Unidos) y en la RMIT University de Melbourne (Australia). Correo electrónico: abarbas@edu.uned.es.

Sexo en los medios de comunicación: ¿oportunidad pedagógica o pedagogía oportunista?

Sex in mass media: pedagogical opportunity or opportunistic pedagogy?

Jesús Castro Calvo, Universitat Jaume I de Castellón
Rafael Ballester Arnal, Universitat Jaume I de Castellón
Maria Dolores Gil Llario, Universitat de Valencia
Cristina Giménez García, Universitat Jaume I de Castellón

Resumen

La sexualidad, a pesar de tener un origen marcadamente biológico, es uno de los aspectos del desarrollo más permeables a la influencia del entorno social y cultural. La sexualidad se construye casi enteramente a partir de las normas socialmente establecidas y es en este contexto en el que los medios de comunicación de masas juegan un papel esencial. De forma explícita o implícita, los medios van moldeando nuestros conocimientos en torno al sexo, las actitudes, las creencias e incluso ciertos comportamientos, y no siempre en el sentido positivo. En ocasiones, los medios se han convertido en vehículo y altavoz para la transmisión de creencias erróneas o actitudes negativas hacia la sexualidad. A lo largo de este artículo, expondremos cómo el sexo -tanto en su vertiente hedónica como educativa- ha sido tratado en los medios de comunicación españoles y cómo esto ha propiciado la difusión de ciertas actitudes o creencias sexuales negativas.

Palabras clave

Sexualidad; medios de comunicación; actitudes, creencias; influencia social.

Abstract

Despite the fact that sexuality has a biologically determined origin, it is one of the most context-sensitive aspects of human behavior; in this sense, child and adolescent sexuality development includes not only physical but also cognitive, emotional and social aspects. In this process of social construction of sexuality, mass media plays a major role; implicitly or explicitly, mass media shapes our sexual knowledge, attitudes and behaviors, and sometimes in a negative manner. In this paper, we are going to talk about how mass media has dealt with sexual education and pornography and his role in dissemination of misconceptions and negative attitudes toward sexuality.

Keywords

Sexuality; mass media; attitudes; beliefs; social influence.

Introducción

En el desarrollo del sexo y la conducta sexual resulta inevitable reconocer el papel fundamental que juegan los aspectos genéticos y hormonales; sin embargo, se les ha atribuido un peso mayor del que realmente merecen. Efectivamente, la biología desempeña un papel esencial durante el periodo de dimorfismo sexual –fase del desarrollo en el que se conforma el sexo hormonal y gonadal (Money y Ehrhardt, 1986). En este periodo, una estricta cadena de eventos (atribuibles exclusivamente a factores

genéticos y hormonales) determina los tres únicos resultados posibles: nacer hombre, nacer mujer o nacer con anomalías que impidan la identificación en alguna de estas categorías -como en el caso de la intersexualidad (Céspedes, Chahin y Coll, 2009). Tras el nacimiento, la influencia de factores biológicos se limita a la acción de las hormonas sexuales (sobre todo estrógenos y testosterona) durante etapas muy concretas del desarrollo: en la adolescencia se produce la última gran emisión hormonal –responsable del desarrollo de las características sexuales secundarias-, tras la cual los niveles se mantienen estables hasta su declive en la vejez (MacLaughlin y Donahoe, 2004).

Si la biología fuera el único determinante de nuestra sexualidad –término utilizado cuando no se quiere hacer referencia exclusivamente a su vertiente más biológica o reproductiva (Foucault, 2006)-, entonces no deberíamos encontrar apenas diferencias entre la conducta sexual de cualquier occidental y la de la tribu más recóndita, y nada más lejos de la realidad. Si la biología no permite explicar el infinito abanico de sexualidades posibles, entonces es que otros factores, como la cultura y la sociedad, están jugando un papel esencial: es en este contexto en el que se encuadra la teoría de la construcción social del sexo y la sexualidad (Rodríguez-Shadow y López, 2009).

La teoría de la construcción social de la sexualidad se alimenta de múltiples disciplinas, desde las más generales como la sociología, la antropología o la psicología hasta las más concretas como la terapia sexual, la antropología cultural o la antropología sexual (Rodríguez-Shadow y López, 2009). Como bien señala Guasch (1993), parte de una premisa básica: “El sexo humano es cultural. La sociedad regula a través de la cultura el perpetuo estado de celo de nuestra especie” (Guasch, 1993: 118). Más que una teoría propiamente dicha, debemos considerarla un marco teórico general: si no creyéramos que la cultura modela el desarrollo y expresión de nuestra sexualidad, entonces las teorías de la construcción del género a partir de la acumulación de experiencias y vivencias en contextos sociales concretos (Bussey y Bandura, 1999; Ruble, Lynn y Berenbaum, 2006) carecerían de todo fundamento. Tampoco tendría sentido la teoría de los guiones sexuales (“Sexual Scripts Theory”, Simon y Gagnon, 2007), que explica cómo las normas sociales hacia el sexo y la sexualidad determinan lo que podemos considerar sexualmente aceptable en un contexto y en un tiempo concreto.

La sexualidad es omnipresente: “El sexo está en todas partes; y en todos los tiempos. Está en la división social del trabajo, en el parentesco, en el lenguaje, en el ritual.” (Guasch, 1993: 105). Durante mucho tiempo, se recurrió al concepto de pecado y *contra natura* para la regulación de la actividad sexual y su adaptación a la moral

judeo-cristiana dominante; más tarde, la medicina fijó los límites de la sexualidad a partir del concepto de enfermedad, presumiblemente para evitar los devastadores efectos de las ITS; más recientemente, la sexología se ha valido de la noción de desviación sexual para acotar los límites de una sexualidad responsable (sancionando por ejemplo la actividad sexual con niños) (Choza, 1991; Nieto, 2003). En la actualidad, y tras varias revoluciones sexuales, hemos creído que nuestra conducta sexual es ya libre e independiente (Garton, 2004), sin percatarnos de que desde los medios de comunicación de masas se siguen modelando nuestras actitudes y creencias. Sin embargo, la dinámica ha cambiado significativamente: herramientas como Internet han permitido la democratización de los medios de comunicación de masas, y la opinión individual de una persona expresada a través de un *blog* o un vídeo por Internet puede tener tanto o más impacto que una noticia en cualquier medio de comunicación tradicional. De ahí que en la actualidad, convivan al mismo tiempo discursos muy dispares sobre sexo, algunos más positivos que otros para el desarrollo de una sexualidad sana.

Partiendo de este marco que la teoría de la construcción social de la sexualidad nos ofrece desarrollaremos los distintos aspectos que nos permiten entender cómo a través de los medios de comunicación de masas se modela nuestra construcción de la sexualidad, tanto de la normal como de la patológica. Todo ello, haciendo especial hincapié en cómo el uso oportunista y poco fundamentado del sexo en los medios de comunicación conduce en algunas ocasiones a la diseminación de estereotipos y creencias erróneas.

1. Tratamiento de la sexualidad en los medios de comunicación españoles: del consultorio de Elena Francis al de Elena Ochoa

España siempre se ha definido como un país de contrastes, y esto no es menos cierto cuando hablamos de sexo y sexualidad. Un ejemplo lo encontramos en el escaso reparo que durante mucho tiempo se tuvo a la hora de exhibir ciertos contenidos violentos, y al contrario, el pudor con el que se evitó mostrar o hablar sobre temas sexuales. Douglass (1984) explicaba con una metáfora esta contradicción: “En España, la televisión ha mostrado corridas de toros de forma regular, con especial interés en la repetición de las escenas de muerte: el estoque del torero entra y sale, entra y sale, y todos pueden verlo; una especie de cópula televisada” (Douglass, 1984: 254, citado en Pink, 2003).

Durante la dictadura franquista, el control de contenidos y la estricta política de censura impidió que se emitiera contenido alguno relacionado con el sexo y el erotismo. Las normas sobre censura eran extremadamente estrictas y alcanzaban a cualquier medio (prensa, radio, cine, televisión, etc.). Añover-Díaz (1992) resume las características que debía cumplir cualquier contenido —especialmente las películas— para superar el filtro de la censura sexual: 1) prohibición de diversiones inmorales, 2) vigilancia de la vestimenta, 3) frialdad absoluta en la expresión amorosa de los protagonistas, 4) imposibilidad de mostrar cualquier tipo de relación fuera del esquema hombre-mujer y 5) prohibición de cualquier referencia directa o indirecta al adulterio, aborto, prostitución o violación.

Durante este periodo de represión hubo un programa de radio que abordaba abiertamente temas relacionados con la familia, la vida de pareja y las buenas costumbres durante el matrimonio: el consultorio de Elena Francis. Este programa, de 30 minutos de duración y emitido entre 1947 y 1984 por las principales emisoras, se puede considerar el germen de los actuales consultorios sobre problemas sexuales y de pareja: en este programa las oyentes (la gran mayoría mujeres) escribían sus consultas, que eran resueltas en antena. Este es uno de los precedentes de la educación afectivo-sexual en España y uno de los mejores ejemplos de cómo se puede educar en valores socio-afectivos desde los medios de comunicación de masas. Lástima que los valores no fueran sino un reflejo del pensamiento nacional-católico (Imbert, 1982), que fomentaba una educación de género fundamentada en la sumisión de la mujer a los deseos del hombre. Si bien el programa evolucionó al ritmo que la propia sociedad marcaba, el sexo era un tema tabú. Sin embargo, se trataba casi a diario de forma indirecta (con las consultas matrimoniales) e incluso en alguna ocasión se colaba alguna pregunta; cuando esto sucedía, la estrategia habitual era minimizar sutilmente el vínculo entre sexo y placer (el coito no va necesariamente acompañado del placer, lo importante es la procreación) (Imbert, 1982). Valdría la pena ver la cara de las asesoradas al enterarse de que su querida doña Francis nunca existió y que durante los últimos 20 años de emisión, fue Juan Soto Viñolo (periodista y ¡crítico taurino!) quien las asesoraba sobre cómo hacer la vida más cómoda a sus maridos (Soto-Viñolo, 1995).

El cine fue uno de los primeros medios en burlar el filtro de la censura y a partir de los 70, empiezan a aparecer desnudos en pantalla (Collado, 2011). Estas primeras películas con escenas eróticas se atribuyeron al inicio de cierta apertura sexual, pero más tarde se evidenció que el propio régimen trataba de continuar ejerciendo control

social sobre la sexualidad a través de “dosis controladas y filtradas” de erotismo. Según Ballesteros (2001):

Las fantasías eróticas del hombre español se ven materializadas en una serie de películas, producidas y dirigidas desde el aparato institucional para calmar la condición nacional de escasez sexual [...] Interesa crear la ilusión de una mayor libertad sexual para, en el fondo, seguir manteniendo y perpetuando los principios morales del franquismo (Ballesteros, 2001: 175).

No en vano, durante esas primeras películas, el desnudo es únicamente femenino y aparece mayoritariamente en comedias -rebajando el tono erótico-. Recordemos las clásicas películas de Pajares y Esteso y las escenas de suecas en *top-less* sobre un patinete animando la mañana a la pareja de españolitos que no dudaban en lanzarse al agua. Se perpetúa de esta forma el modelo de roles de género y de relación patriarcal propugnado durante la dictadura, escondido bajo visos de falsa apertura sexual.

El 1 de noviembre de 1977, se suprimió la censura cinematográfica en España, al mismo tiempo que se comenzó a atenuar el control de contenidos en prensa, televisión y radio. La entrada en vigor de la constitución española -asegurando la libertad de expresión- junto con un clima general de cambio y apertura, facilitó que el sexo y la sexualidad comenzaran a tratarse más abiertamente. A partir de aquí, el sexo ganó protagonismo a través de dos vías muy distintas: una de ellas explotaba su vertiente hedónica (donde podríamos considerar la expansión de la pornografía) y otra explotaba su vertiente educativa (programas que trataban de educar a los españoles en sexualidad).

El porno en España se inició en 1978 con la emisión de la película *Emmanuelle*, película erótica que logró una recaudación de alrededor de 361 millones de pesetas -3 millones y medio de espectadores- (Conesa, 1980). Durante los años posteriores, la producción nacional de porno se alternaba con la importación y doblaje de películas internacionales. El problema en ambos casos era su distribución: en 1984 se abrió el primer cine X (llegaron a haber 85 en toda España) y se comenzó a alquilar películas en *videoclubs*, pero el porno no era un contenido accesible al gran público (Barea y cols, 2001). Posiblemente, el hito que marcó una nueva etapa en el acceso al porno fue que en 1990, Canal+ comenzara a emitir películas X los viernes por la noche; esto facilitó que un mayor número de espectadores tuviera acceso a estos materiales y que otras cadenas siguieran su ejemplo y comenzaran a emitir este tipo de películas (Barea y Cols., 2001).

Así como el porno comenzó a llegar a la sociedad española tan sólo unos meses después de la retirada de la ley de censura, la aparición de programas educativos tardó

más tiempo en germinar. Concretamente, en 1990 se comenzó a emitir el programa “Hablemos de sexo”, presentado por la Dra. Elena Ochoa (profesora en la UCM). El objetivo era presentar, en formato divulgativo, las evidencias científicas que sustentaban la visión moderna del sexo. Como la propia presentadora afirmaba en una entrevista a El País, “el programa tendrá un enfoque profesional y no moralista, sin entrar en la conciencia individual ni sentar cátedra sobre lo que debe ser la conducta sexual de los demás” (Prados, 1990). La hemeroteca permite recuperar instantes de ese programa donde la presentadora contesta a las grandes preguntas sobre sexo que la sociedad española demandaba: ¿es la homosexualidad una enfermedad?, ¿tiene cura?, ¿qué método anticonceptivo es mejor utilizar? Sin duda, uno de los mejores ejemplos de educación sexual en un momento en el que la sociedad española desconocía casi todo sobre el sexo. Lamentablemente, el programa se emitió durante una única temporada.

En la actualidad, el clima social de total apertura se ha traducido en un tratamiento generalizado del sexo a través de los distintos medios. Los nuevos (principalmente Internet) y los viejos medios de comunicación de masas conviven en el contexto comunicativo social (Scolari, 2008); el consumo de información se considera plurimediativo en tanto en cuanto son muchas y muy variadas las formas en las que se accede a dicha información, y la construcción final no es sino la suma de cada una de estas aportaciones (Rodrigo, 2011). En la práctica, esto se ha traducido en que Internet y sus distintas posibilidades acaparan tanto la transmisión de información educativa sobre sexo como la difusión y distribución de pornografía. Esto, que ha supuesto una democratización y un acceso generalizado a este tipo de contenido, comporta al mismo tiempo un serie riesgos: mientras que a los medios de comunicación tradicionales como la prensa, radio o televisión les presuponemos cierta veracidad –y lamentablemente tampoco es así siempre-, en Internet el control de contenidos es nulo e informaciones científicamente veraces conviven en muchas ocasiones con otras confusas o directamente erróneas, facilitando la formación de falsas creencias en torno a cuestiones afectivo sexuales.

2. Papel de los medios de comunicación de masas en la construcción social de la sexualidad

La educación sexual es, sin duda, la base para la construcción de una sexualidad sana y positiva (Grose, Grabe y Kohfeldt, 2011): de nuestros conocimientos dependen nuestras actitudes hacia el sexo, nuestras vivencias e incluso nuestro desempeño sexual.

La generación actual –tanto de jóvenes como de adultos- es a todas luces, la que tiene mayores conocimientos sobre sexualidad y esto se le debemos en parte a cómo los medios de comunicación de masas han ido tratando cada vez con mayor naturalidad temas relacionados con nuestra educación afectivo-sexual. En la mayoría de casos, el sexo se ha tratado de forma genuina y desinteresada, directa e indirectamente, intentando ofrecer respuestas desde propuestas divulgativas; en otras ocasiones, el sexo se ha utilizado como reclamo con fines claramente mercantiles (como el uso del sexo en mercadotecnia).

El uso interesado y en ocasiones, el intento por transmitir conocimientos sexuales que en realidad no cuentan con el sustento científico necesario, ha provocado la proliferación de mitos y falsas creencias que acaban entorpeciendo la posibilidad de alcanzar una sexualidad completamente positiva. Uno de los aspectos donde los medios de comunicación han jugado un papel central ha sido en la construcción de la visión actual del género (Giménez-Armentia y Berganza, 2009). Así, el discurso de género ofrecido desde los medios ha servido en muchas ocasiones de catalizador para la ruptura de la visión patriarcal de la mujer como ser de segunda línea, si bien en muchas otras no ha hecho sino reforzar los estereotipos tradicionales. Especialmente interesante resulta analizar la contribución del porno al mantenimiento del modelo de género patriarcal.

Las escenas pornográficas, orientadas al público masculino y heterosexual, giran enteramente alrededor de la satisfacción del varón, que en muchas ocasiones es estimulado por más de una mujer al mismo tiempo; el placer femenino es relegado a un segundo plano y siempre aparece para ensalzar las habilidades amatorias del hombre (Barea y cols., 2001). No en vano, muchos estudios apuntan un estrecho vínculo entre consumo de pornografía y problemas relacionados con la conformación de estereotipos de género en adolescentes –violencia sexual o de pareja, cosificación de la mujer, roles de género regresivos, etc.- (Bryant, 2009; Flood, 2010).

Flaco favor ha hecho también el porno y el cine en general al desarrollo de guiones sexuales compatibles con el proceso natural de excitación femenina. Las mujeres requieren un periodo de tiempo mayor que los hombres para lograr la excitación sexual y las condiciones fisiológicas óptimas -lubricación y dilatación- para la penetración (Basson, 2007); sin embargo, pocas son las películas pornográficas donde ellas son estimuladas previamente a su penetración. En el cine tradicional, la representación de un encuentro sexual normalmente responde al modelo de arrebató, donde el varón toma y penetra a la mujer casi antes siquiera de desnudarse. Si los

jóvenes -por su inexperiencia- o los adultos -por su desconocimiento- toman estos modelos como ejemplos de ejecución, esto podría explicar porque en algunos casos, los primeros encuentros sexuales resultan más dolorosos y menos satisfactorios de lo habitual, o bien porque los problemas de lubricación son tan frecuentes entre las mujeres (Blümel et.al., 2004).

Si los medios de comunicación son buenos transmisores de actitudes, mejor lo son de mitos y falsas creencias. Aunque hay muchos, dos han sido los principales mitos transmitidos a través de los medios que han provocado gran impacto sobre la sexualidad: el mito del tamaño del pene y el del punto G. La creencia acerca del tamaño del pene transmitida y perpetuada a través de los medios ha resaltado la idea del tamaño del pene como sinónimo de virilidad masculina y de desempeño sexual. Baste como ejemplo el prominente tamaño de la entrepierna de Javier Bardem en la película “*Jamón Jamón*” o los penes típicos de cualquier película porno. Estos penes no representan la realidad -por una vez, la realidad no supera a la ficción-, pero transmiten un estándar de normalidad poco realista. Además, el mito del tamaño del pene es llamativo por su evolución: durante un tiempo, se trató de divulgar la idea de que lo importante era la longitud del pene; más tarde, como si acaso la ciencia fuera la que generaba dicho aserto, se dijo que los penes de mayor diámetro eran los que más satisfacción provocaban. Lo cierto es que ni una ni otra afirmación son ciertas: la vagina de la mujer está compuesta por fibras plegadas que, contraídas, pueden sentir el paso de un simple bastoncillo, mientras que expandidas permiten el paso de un bebé (Money y Ehrhardt, 1986). El placer sexual tanto de un hombre como de una mujer parece ser bastante independiente del tamaño del pene reduciéndose su importancia a niveles mínimos frente a otro tipo de variables mucho más complejas que tienen que ver con el tipo de estimulación física pero también con aspectos emocionales. La evidencia desmonta un mito que por otra parte, resulta ser la principal preocupación sexual de muchos adolescentes y hombres (Lever, Frederick y Peplau, 2006).

El del punto G es el segundo gran mito -mejor dicho, verdad a medias- que hoy día se difunde a través de los medios de comunicación de masas. En las hemerotecas de los principales medios de nuestro país encontramos multitud de documentales, noticias, reseñas o artículos sobre qué es el Punto G o sobre donde se encuentra. Se ha hablado del Punto G como de una estructura diferenciada que por sí sola proporciona placer, algo así como un segundo clítoris con un potencial mucho mayor de placer. Las mujeres y los hombres se dedican a buscarlo como si del tesoro del dorado se tratara; el punto G

como guardés del verdadero placer femenino. Sin embargo, la mayoría desconoce que en realidad, parece existir una zona especialmente sensible en la pared del segundo cuarto interno de la vagina –donde tradicionalmente se ha situado el punto G. El punto G coordina el ritmo del clítoris, la uretra, la pared vaginal y la red de nervios, músculos y glándulas de todo el conjunto vaginal (Puppo, 2014) y en este sentido su estimulación podría proporcionar altos niveles de placer, pero no se trata de una estructura distinta y diferenciada del resto de genitales femeninos.

Finalmente, la exposición de modelos de ejecución sexual a través de los medios de comunicación puede incluso llegar a condicionar nuestra conducta sexual: sería el caso del modelado del uso del preservativo. Igual que la estrategia *MPOWER* de la OMS para la prevención del tabaquismo prohibió la publicitación del tabaco o su exhibición en películas o televisión por el riesgo de que fomentara su consumo (OMS, 2008), que en la televisión no esté permitido mostrar cómo se pone un condón o que en casi ninguna película pornográfica se utilice el preservativo tampoco ayuda a la hora de promover su utilización; tan sólo en el 17% de las películas pornográficas se utiliza el preservativo y sólo dos de las 200 mayores productoras de cine porno exigen su utilización a sus actores (Gruzdén y Kerndt, 2007).

Conclusiones

Los medios de comunicación de masas, tanto los tradicionales como los más modernos, ofrecen el canal idóneo donde trasladar a la sociedad las actitudes y conocimientos para una vivencia positiva del sexo y la sexualidad. Depende de nosotros elaborar contenidos que permitan alcanzar este objetivo. Si nos tomamos en serio la capacidad de estos medios para modelar las actitudes, creencias o incluso las conductas sexuales de la audiencia y actuamos en consecuencia, entonces podremos valernos de este medio para fomentar valores que permitan alcanzar mayor salud sexual; si por el contrario, seguimos permitiendo que ciertos mitos o falsas creencias encuentren en los medios un altavoz que aumente su impacto y difusión, huelga decir que el efecto será invariablemente el contrario. Cabría plantearse si estas medidas deben depender de la responsabilidad individual de aquellas que diseñan y elaboran los contenidos que luego son expuestos o si por el contrario, debería fomentarse una regulación que ejerza un control sobre los contenidos.

Bibliografía

- Añoover-Díaz, R. (1992). *La política administrativa en el cine español y su vertiente censora*. Tesis Doctoral [en línea], Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/2330/1/ucm-t17208.pdf>.
- Ballesteros, I. (2001). *Cine (íns) urgente: textos filmicos y contextos culturales de la España postfranquista*. Madrid: Fundamentos.
- Barea, J., Corrius, J., Fernández, D., Hernández, J., Sánchez, J. y Santacana, A. (2001). L'audiovisual «porno» espanyol. *Treballs de Comunicació*, 16, 51-74.
- Basson, R. (2007). Sexual desire/Arousal disorders in women. En Leiblum, S. R. (Ed.), *Principles and Practice of Sex Therapy* (pp. 25-53). New York, NY: The Guilford Press.
- Blümel, J.E., Binfa, L., Cataldo, P., Carrasco, A., Izaguirre, H. y Sarrá, S. (2004). Índice de función sexual femenina: un test para evaluar la sexualidad de la mujer. *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*, 69(2), 118-125.
- Bryant, C. (2009). Adolescence, pornography and harm. *Trends & Issues in Crime and Criminal Justice*, 368, 1-6.
- Bussey, K. y Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychological Review*, 106(4), 676-713.
- Céspedes, C., Chahin, S. y Coll, M. (2009). Trastornos de la diferenciación sexual: enfoque práctico. *CCAP*, 7(2), 45-51.
- Choza, J. (1991). *Antropología de la sexualidad*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Collado, R. (2011). El destape del cartel de cine Español. *Revista Icono 14: Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 10(4), 194-220.
- Conesa, T. (1980). La industria cinematográfica del porno a Espanya. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 2, 47-69.
- Flood, M. (2010). The harms of pornography exposure among children and young people. *Child Abuse Review*, 18, 384-400.
- Foucault, M. (2006). *Historia de la sexualidad 1: la voluntad del saber*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Garton, S. (2004). *Histories of Sexuality: Antiquity to Sexual Revolution (Critical Histories of Subjectivity & Culture)*. New York; Routledge.
- Gebhard, P.H. (1997). La sexualidad desde una óptica transcultural. En W.H. Masters, V.E. Johnson y R.C. Kolodny (eds.), *La sexualidad humana* (pp.129-145). Barcelona: Grijalbo.
- Giménez-Armentia, P. y Berganza, M. R. (2009). *Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del framing*. Madrid: Fragua.
- Grose, R.G., Grabe, S. y Kohfeldt, D. (2011). Sexual education, gender ideology, and youth sexual empowerment. *Journal of Sex Research*, 51(7), 742-753.
- Gruzdén, C.R. y Kerndt, P.R., (2007). The Adult Film Industry: Time to Regulate? *Plos Medicine*, 4(6), 993-996.
- Guasch, O. (1993). Para una sociología de la sexualidad. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 64, 105-121.
- Hines, T.M. (2001). The G-spot: A modern gynecologic myth. *American Journal of Obstetrics and Gynecology*, 185(2), 359-362.
- Imbert, G. (1982). *Elena Francis, un consultorio para la transición*. Barcelona: Península ediciones.
- Lever, J., Frederick, D.A. y Peplau, L.A. (2006). Does Size Matter? Men's and Women's Views on Penis Size Across the Lifespan. *Psychology of Men & Masculinity*, 7(3), 129-143.

- MacLaughlin, D.T. y Donahoe, P.K. (2004). Sex determination and differentiation. *The New England Journal of Medicine*, 350(4), 367-378.
- Money, J. y Ehrhardt, A. (1986). *Desarrollo de la sexualidad humana (diferenciación y dimorfismo de la identidad de género)*. Madrid: Ediciones Morata.
- Nieto, J.A. (2003). *Antropología de la sexualidad y diversidad cultural*. Madrid: Talasa ediciones.
- Organización Mundial de la Salud (2008). *MPOWER. Un plan de medidas para hacer retroceder la epidemia de tabaquismo*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Pink, S. (2003). Género, corridas de toros y antropología: teorizando sobre las mujeres torero. En Nieto, J.A. (ed.), *Antropología de la sexualidad y diversidad cultural* (pp. 92-98). Madrid: Talasa.
- Prados, L. (1990). Chicho Ibáñez Serrador prepara para TVE el espacio 'Hablemos de sexo'. *El País*, 10 de febrero de 1990. Recuperado de: http://elpais.com/diario/1990/02/10/radiotv/634604403_850215.html.
- Puppo, V. (2014). The G-spot does not exist. *BJOG An International Journal of Obstetrics & Gynaecology*, 121(11), 1341.
- Rodrigo, M. (2011). Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). *Portal de la comunicación InCom-UAB: Lecciones del Portal*. Recuperado de: <http://www.pics.uson.mx/SemyAct/1.%20Lectura%20Obligatoria%201.pdf>.
- Rodríguez-Shadow, M. J. y López, M. (2009). Antropología y arqueología de la sexualidad: premisas teóricas y conceptuales. *Coatepec*, 16, 77-89.
- Ruble, D.N., Lynn, C. y Berenbaum, S.A. (2006). Gender development. En Eisenberg, N., Damon, W. y Lerner, R.M. (eds.), *Handbook of child psychology* (pp. 858-916). New Jersey; John Wiley & Sons.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para un Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa
- Simon, W. y Gagnon, J. H. (2007). Sexual Scripts. En Parker, R. y Aggleton, P. (Eds.), *Culture, society and sexuality* (pp. 31-40). New York: Brunner routledge.
- Soto-Viñolo, J. (1995). *Querida Elena Francis*. Madrid: Grijalbo Mondadori.

Agradecimientos

Este trabajo ha sido posible en parte gracias a la ayuda de la Universitat Jaume I de Castellón para el proyecto P1.1B2012-49.

Biografía

Jesús Castro Calvo es Becario de Formación de Personal Investigador (FPI) en la Universitat Jaume I de Castellón. Su actividad investigadora se enmarca en el “Grupo de Psicología de la Salud: Prevención y Tratamiento” y se centra en el campo de la atención a la salud sexual, concretamente en el ámbito de las adicciones sexuales. Su trabajo de investigación sobre adicción al cibersexo se puede considerar uno de los primeros trabajos empíricos sobre esta cuestión en España. El trabajo iniciado en este campo se ha materializado en diversas aportaciones a congresos, capítulos de libro sobre evaluación y tratamiento de la adicción al cibersexo y artículos publicados en revistas nacionales e internacionales. Correo electrónico: castroj@uji.es

Rafael Ballester Arnal es Profesor Titular en la Universitat Jaume I de Castellón. Su actividad científica se puede clasificar en dos principales líneas de investigación: una de ellas se refiere en términos globales a la promoción de la salud y se concreta en el

análisis de distintas conductas de salud, destacando entre ellas la salud sexual y especialmente, las conductas sexuales de riesgo para la transmisión del VIH; la otra está dirigida a la intervención en contextos sanitarios y más específicamente a la intervención psicológica en las Unidades de Cuidados Intensivos. Su actividad en las líneas de investigación anteriormente descritas le ha valido una importante producción científica: entre sus méritos investigadores destacan la participación en 30 proyectos de investigación (19 como investigador principal), publicación de 17 libros, 53 capítulos de libro, 118 artículos en revistas científicas, 41 ponencias invitadas a congresos, 97 comunicaciones libres y 165 posters. Correo electrónico: rballest@uji.es.

María Dolores Gil Llario es Profesora Titular en la Universitat de València. Su actividad científica, iniciada en 1995, se enmarca en dos líneas de investigación: una línea de estudio de la respuesta a las necesidades educativas especiales y otra de prevención e intervención en el área de la educación para la salud. Cuenta con más de 70 artículos publicados en diferentes revistas de fuerte relevancia científica, la mayoría de los cuales son fruto de los 11 proyectos financiados por la Conselleria y el Ministerio y en los que ha participado tanto como Investigadora Principal como colaboradora. Entre la producción de capítulos de libro y libros enteros que incluye más de 40 aportaciones y cuyo objetivo ha sido la divulgación del conocimiento científico, destaca la reciente publicación por la editorial Pearson del manual “Psicología Clínica de la Salud” en coautoría con el profesor R. Ballester. Correo electrónico: dgil@uv.es.

Cristina Giménez García es Profesora Ayudante Doctor tipo II en la Universitat Jaume I de Castellón. Su trayectoria investigadora, iniciada en 2006, se enmarca en el “Grupo de Psicología de la Salud: Prevención y Tratamiento”. Su principal interés ha sido profundizar en el análisis de la evolución y abordaje de las conductas de salud, en particular, aquellas relacionadas con el desarrollo de la sexualidad. Para ello, ha participado en actividades y proyectos científicos y profesionales, de carácter nacional e internacional, dirigidos a la promoción de la salud sexual, así como a la prevención de riesgos como el VIH-Sida o al tratamiento de problemáticas como las disfunciones sexuales, desde la perspectiva del género. Asimismo, ha realizado varias estancias en centros extranjeros de reconocido prestigio en los que he podido perfeccionar mis habilidades como investigadora y docente. Como resultado, ha colaborado en la divulgación de conocimientos científicos a través de libros, revistas y congresos relacionados con la materia. Correo electrónica: gimenezc@uji.es.

Hacia una ciudadanía global: enseñanza de aspectos culturales y de género en la universidad con las revistas de Oxfam Intermón

Towards global citizenship: teaching about culture and gender at the University with Oxfam Intermón magazines

María Martínez Lirola, Universidad de Alicante y Reseach Fellow, Department of Linguistics and Modern Languages, University of South Africa (UNISA)

Resumen

Las ONG de Desarrollo (ONGD) contribuyen a informar sobre las distintas realidades sociales del siglo XXI. Sin embargo, en ocasiones, la representación de las personas culturalmente diferentes está llena de prejuicios y de estereotipos, hecho que todavía queda más marcado cuando se trata de mujeres. Así, nuestro objetivo con esta comunicación es observar la representación de mujeres de otras culturas en una muestra de las revistas publicadas por la ONGD Oxfam Intermón desde mayo de 2013 hasta mayo de 2014.

El corpus empleado para el análisis serán las portadas de las revistas. Se seleccionaron algunos de estos textos donde aparecían representadas mujeres para llevar a cabo una experiencia didáctica. Se explicó el modo de analizar textos con imagen y se pidió al alumnado que los analizara con el fin de desarrollar su capacidad crítica y su conciencia social. Los marcos teóricos de este estudio serán los principios del Análisis Crítico del Discurso (van Dijk 2005, 2009) y la Gramática Visual (Kress y van Leeuwen, 2006) para explorar las principales estrategias lingüísticas y visuales empleadas para presentar a mujeres.

Los resultados del estudio ponen de manifiesto que la práctica docente llevada a cabo hace que el alumnado tome conciencia de que el modo en que las mujeres aparecen representadas en las revistas de Oxfam Intermón contribuye a modificar la imagen negativa que normalmente tenemos sobre éstas. La representación positiva que se observa contribuye a cambiar la percepción del alumnado.

Como conclusiones podemos señalar la importancia del emplear textos sobre temas sociales para que el alumnado adquiera competencias emocionales y mejore su capacidad crítica. Además, estos textos señalan que las mujeres van avanzando hacia el empoderamiento en todos los lugares del planeta de modo que se cumplen progresivamente los objetivos del milenio.

Palabras clave

Mujeres; Organización No Gubernamental (ONG); gramática visual; análisis crítico del discurso; discurso del desarrollo.

Abstract

Non-governmental organizations (NGOs) contribute to inform about the different social realities of the XXI century. However, sometimes the representation of people from different cultures has prejudices and stereotypes, especially women's representation. Therefore, our objective in this paper is to observe the representation of women from other cultures in a sample from the magazines published by the NGO Oxfam Intermón from May 2013 until May 2014.

The corpus used for the analysis will be the covers of the magazines. Some of these texts where women appeared were selected to work with them in the classroom. Students were taught how to analyse texts with images and they were asked to analyse them in order to develop their critical skills and their social conscience. The theoretical

frameworks of this study will be the principles of critical discourse analysis (van Dijk 2005, 2009) and visual grammar (Kress and van Leeuwen, 2006) to explore the main linguistic and visual strategies used to present women.

The results of the study point out that teaching using these texts in the classroom makes students aware that the way women are represented in Oxfam Intermón magazines contributes to modify the negative image that people normally have on them. The positive representation observed contributes to change students' perception.

We can conclude that it is important to use texts on social topics so that students acquire emotional competences and improve their critical capacity. Moreover, these texts show that women are making progress towards empowerment all over the world so that we advance in the objectives of the millennium.

Keywords

Women; Non-Governmental Organizations (NGOs); visual grammar; critical discourse analysis; development discourse.

Introducción

Las ONG de Desarrollo (ONGD) tienen un papel importante en el proceso de difusión de información sobre las distintas realidades sociales del siglo XXI. En muchas ocasiones, conocemos la realidad de las personas de otras culturas gracias al modo en que éstas son representadas en las publicaciones de dichas ONGD. Prestar atención a sus publicaciones nos permite observar si la representación de las personas culturalmente diferentes está llena de prejuicios y de estereotipos o si por el contrario, se observa una representación positiva.

Es fundamental tener presente que los textos publicados por las ONGD son empleados en muchas ocasiones como fuente de información por los medios de comunicación. En este sentido, concurrimos con Creighton (2013: 79) en que: “los medios son un reflejo de prejuicios y actitudes muy enraizados en el sistema de valores dominante (Checa, 2006 y 2008; Knudson-Vilaseca, 2008; Nash, 2007; Rovetto, 2010; Santamaría, 2002) y tienen el potencial de ejercer violencia estructural en cuanto a la propagación de ideas androcéntricas y etnocéntricas”.

Debido a las limitaciones de espacio de esta publicación, en lugar de centrarnos en la representación de las personas en general, nos vamos a centrar en la representación de las mujeres. Así, nuestro objetivo con esta comunicación es observar la representación de mujeres de otras culturas en una muestra de las revistas publicadas por la ONGD Oxfam Intermón¹ desde mayo de 2013 hasta mayo de 2014. Nos proponemos observar si las mujeres de otras culturas aparecen victimizadas en el corpus de ejemplos

¹ La ONGD Intermón Oxfam pasó a llamarse Oxfam Intermón el 15 de octubre de 2013, por lo que en este trabajo se empleará el nuevo nombre de dicha ONGD.

analizado o si por el contrario se observa una representación positiva de éstas, hecho que implicaría una muestra de empoderamiento de las mismas al representarlas como sujetos de acción política (Gregorio, 2013) y una muestra de que se van alcanzando los objetivos del milenio. En este sentido, este trabajo pretende ser una aproximación al modo en que se representan dichas mujeres en lo que se englobaría en el discurso del desarrollo.

Además, nos proponemos utilizar las portadas de las revistas seleccionadas, protagonizadas en todos los casos por mujeres para llevar a cabo una experiencia didáctica. Es decir, se emplearon dichos textos en una clase de lengua inglesa con el fin de contribuir al desarrollo de la capacidad crítica y de la conciencia social del alumnado al deconstruir textos de mujeres de otras culturas. En este sentido, este trabajo es también una apuesta para que el alumnado asuma un papel activo como ciudadanía crítica, global y comprometida (Barahona et al., 2013).

1. Marco teórico

Los marcos teóricos de este trabajo serán los principios del Análisis Crítico del Discurso (ACD) (van Dijk 2005, 2009) y la gramática visual (Kress y van Leeuwen, 2006) con el fin de explorar las principales estrategias lingüísticas y visuales empleadas para presentar a las mujeres de otras culturas en las revistas de la ONGD Oxfam Intermón.

Por un lado, el Análisis Crítico del Discurso y los principios que propone son efectivos para este estudio por su interés en transformar la realidad social y en desenmascarar los mecanismos de desigualdad y poder presentes en las sociedades. Tal y como señala van Dijk (2009: 149), el ACD “espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social”. Emplear la perspectiva que plantea el ACD para el análisis de textos de temática social como los que se emplean en este artículo permite observar el modo en que se presenta una determinada realidad social, en este caso, la de las mujeres de distintas culturas.

Por otro lado, este trabajo emplea la gramática visual (Kress y van Leeuwen, 2006) por su utilidad a la hora de analizar textos multimodales, es decir, aquellos en los que se emplea más de un modo de comunicación (imagen, texto escrito, etc.) para expresar los significados. Kress y van Leeuwen (2006) tienen en cuenta tres aspectos cuando analizan la composición de los textos multimodales: a) el valor de la

información, es decir, el lugar en el que aparecen los distintos elementos de información. En este sentido, los autores establecen que el valor de la información puede distribuirse de izquierda a derecha, de arriba abajo y del centro hacia los márgenes; b) la prominencia presta atención a los elementos que más sobresalen de la página, empleados para captar la atención del público y c) los marcos: son utilizados para separar o conectar diferentes elementos en la página.

2. Metodología

Comenzamos esta investigación recopilando todas las revistas publicadas por la ONGD Oxfam Intermón desde mayo de 2013 hasta mayo de 2014. Una vez recopiladas todas las revistas publicadas por dicha ONGD durante el período de tiempo seleccionado (cuatro revistas en total), decidimos concentrarnos en el análisis de las portadas, protagonizadas en todos los casos por mujeres. El fin del análisis era aproximarnos al modo en el que dicha ONGD presentaba a las/os lectoras/es la realidad de las mujeres de los países del Sur y observar posibles estereotipos.

Tras la recopilación de los textos, se decidió llevar a cabo una experiencia didáctica, en concreto en la asignatura Lengua Inglesa V del grado en Estudios Ingleses de la Universidad de Alicante. Se explicó al alumnado el modo de analizar textos con imagen siguiendo los principios de la gramática visual de Kress y van Leeuwen (2006).

A continuación, se dividió la clase en ocho grupos y se le entregó un texto a cada uno de los grupos para que lo analizara de modo que pudiera poner en práctica los principios de la gramática visual presentados de manera teórica y pudiera desarrollar su capacidad crítica y su conciencia social al deconstruir textos de mujeres de otras culturas.

Al tener sólo cuatro portadas, había dos grupos que tenían que analizar el mismo texto. De esta manera el alumnado se enriquecía con los comentarios del otro grupo y se podrían observar los distintos matices en el análisis de los mismos textos. Este modo de trabajar permite la puesta en práctica de distintas destrezas y la adquisición de diferentes competencias, tal y como se pondrá de manifiesto en los siguientes apartados.

3. Análisis

El análisis de textos llevado a cabo para preparar este trabajo se enmarca en las clases de la asignatura Lengua Inglesa V del grado en Estudios Ingleses de la

Universidad de Alicante, dedicadas a la escritura académica y al debate. En estas clases se introduce al alumnado en la gramática visual y se analizan algunos textos como preparación para escribir un ensayo donde es relevante la discusión sobre ellos. Nuestra propuesta se relaciona con lo que Martín (2004) denomina análisis positivo del discurso (*positive discourse analysis*) pues pretendemos que el análisis de textos contribuyan a llevar al alumnado a una reflexión activa que de algún modo contribuya a mejorar el mundo.

Una vez distribuidos los textos entre el alumnado, los analizan prestando atención a las principales características relacionadas con el valor de la información, los elementos más destacados y el empleo de marcos y el uso de colores. A continuación, se pidió al alumnado que debatan en sus grupos su opinión sobre el modo en que se representaban las mujeres en los textos objeto de estudio. Esta parte del análisis tenía como finalidad que el alumnado tomara conciencia social sobre la realidad de las mujeres representadas, desterrara algunos de los tradicionales estereotipos unidos a ellas y trabajara el pensamiento crítico.

El análisis llevado a cabo por el alumnado en relación a la realidad de las mujeres retratadas en los textos señala que se observa una representación positiva de las mujeres de otras culturas, hecho que rompe con la imagen tradicional de representarlas como pobres y marginadas. En los distintos textos analizados aparecen sonriendo, limpias y trabajando, es decir, se las representa con dignidad. El alumnado destaca que el hecho de que los textos analizados no sigan el patrón habitual al que nos tienen acostumbrados/os los medios de comunicación al poner de manifiesto que hay mujeres empoderadas en todas las partes del mundo y destacan lo positivo de que estos textos contribuyan a reflejar dicha realidad, que no suele ser la más habitual.

Por otro lado, los grupos señalan los siguientes aspectos del análisis multimodal de las portadas: Oxfam Intermón suelen seguir una misma estructura que se repite constantemente. Así, en la parte superior, suele aparecer un conjunto de titulares pequeños de distintos colores que resaltan los temas sobre los que se va a hablar en ese número de la revista. En la parte superior también aparecen los datos relativos al número de la revista, su periodicidad y la fecha a la que corresponde. Después, podemos ver el nombre de la publicación, “Revista IO”, destacado y, debajo de éste, la fotografía que ocupa la mayor parte de la portada. En último término, podemos observar el logotipo de la ONGD ubicado en el centro de la parte inferior. Los elementos más prominentes son, sin duda, la fotografía y el acrónimo IO, resaltado en color verde, el

color empleado por esta ONGD en su logotipo; éste permite, por tanto, una identificación inmediata entre las ONGD y su publicación. Además, el logotipo se destaca al estar escrito a un tamaño mayor que el resto de letras que aparecen en la portada. De este modo, la mirada fluctúa entre el acrónimo “IO” y la fotografía.

En todas las portadas analizadas encontramos los elementos mencionados en el párrafo anterior y también se observa que la mujer representada es el elemento más sobresaliente. Se trata de imágenes reales pues en todas las portadas se indica el lugar en que dicha mujer está ubicada y se dice algo de su situación. Además, en todas ellas destaca la positividad de la representación, tal y como se ha puesto de manifiesto anteriormente.

Todos los grupos expusieron las principales ideas de su análisis delante de toda la clase con el fin de trabajar la capacidad para expresarse de manera oral delante de un grupo, la escucha activa, el respeto a la diversidad de opiniones, el pensamiento crítico, la capacidad para analizar y resumir entre otras cuestiones. Seguidamente, la profesora organizó un debate en la clase para trabajar el liderazgo y todas las competencias presentadas en las líneas anteriores.

Tras esta primera parte centrada en el desarrollo de las destrezas orales de modo grupal se pidió al alumnado que de manera individual redactara el párrafo introductorio de un ensayo académico relacionado con la situación de la mujer en distintos lugares del mundo y que redactada la idea principal de al menos tres párrafos del ensayo. El objetivo de esta actividad era integrar las destrezas orales con las escritas, que el alumnado desarrollara sus ideas de manera coherente y que fuera crítico al plasmar sus ideas por escrito.

4. Discusión

El empleo de textos multimodales sobre mujeres de otras culturas obtenidos de la revista IO que la ONGD Oxfam Intermón publica con periodicidad trimestral en el proceso de enseñanza-aprendizaje contribuye a que éste sea dinámico y creativo, de modo que se facilita el aprendizaje del alumnado (Martínez Lirola, 2013a). Al tratarse de textos con temática social, en concreto sobre la realidad de las mujeres en países del Sur, nos encontramos ante textos muy útiles para trabajar la capacidad crítica. Además, este tipo de textos pueden contribuir de manera sustancial a que el alumnado tome

conciencia de que su papel en la sociedad es importante si asume su protagonismo como ciudadanía activa, tal y como señalan Barahona et al. (2013: 14):

[L]a perspectiva de una ciudadanía global plantea un desarrollo centrado en el ser humano integral, caracterizado, por encima de todas las cosas, por su capacidad crítica para desvelar la realidad y reconocer la diferencia entre lo que ‘es’ y lo que ‘debería ser’. Consecuentemente, reconoce que ese ‘debería ser’ se ha de construir desde una doble perspectiva: primero, desde un diálogo participativo en el que nadie imponga su visión sobre las otras personas; y, segundo, desde una consciencia histórico-política de implicarse en la construcción de una sociedad más justa, más libre y más solidaria, que beneficie sobre todo a las mayorías excluidas en cada contexto y en el entorno global. Ese es el sentido de la transformación social.

Nos encontramos ante textos que sirven para reflexionar sobre las diferencias generales en los países del Norte y del Sur y sobre las que afectan a las mujeres en particular. Trabajar con este tipo de textos en la educación superior permite reflexionar al alumnado sobre la realidad de las mujeres de distintas culturas, los derechos humanos, la ciudadanía global, la interculturalidad, las diferencias entre los países del Norte y del Sur, entre otras cuestiones.

Así, el empleo de este tipo de textos sobre temas sociales resultan de gran utilidad para hacer que el alumnado tome conciencia de su papel como ciudadanía activa en el entorno en que les ha tocado vivir pues la temática de los mismos pone de manifiesto situaciones sociales que no siempre son justas. Por esta razón, se trata de textos que se pueden emplear para fomentar la capacidad crítica. Además, nos encontramos ante textos que permiten explorar con facilidad la relación entre los textos y el contexto social que se refleja en los mismos como el contexto en que dichos textos se leen (de Sylva Joyce y Feez, 2012; Martin y Rose, 2012).

Tras lo expuesto en el párrafo anterior también nos gustaría poner de manifiesto que se trata de textos que nos permiten reflexionar sobre el modo en que funciona la sociedad al analizar las relaciones entre discurso y sociedad por medio del análisis de los mismos (Martínez Lirola, 2013b). En este sentido, la clase se convierte en un contexto propicio para introducir aspectos culturales, tal y como señala Fernández Martínez (2011: ix): “The classroom offers tangible ways of interpreting contemporary culture; it is an excellent forum for teaching discourse analysis and for making students aware that there is a complex world there to be analysed”.

Finalmente, la reflexión y el estudio llevado a cabo con este trabajo nos ha permitido tomar conciencia de que son pocos los trabajos llevados a cabo en la

actualidad sobre la necesidad de trabajar con este tipo de textos en la enseñanza superior en distintas asignaturas y carreras pues este tipo de textos son también una apuesta por destacar la importancia de la interdisciplinariedad en la educación superior.

Conclusiones

Analizar los discursos de las ONGD y emplearlos para llevar a cabo una experiencia didáctica, nos ha permitido reflexionar sobre el papel de estas organizaciones en la sociedad, pues éstas no sólo deben actuar sobre los factores materiales que provocan la pobreza y la injusticia sino también sobre los discursos que manejan los medios de comunicación para que su poder transformativo se extienda a todos los ámbitos, incluida la educación universitaria.

La representación de las mujeres en los textos objeto de estudio se caracteriza por representarlas activas, trabajando, de modo que contribuyen a mejorar la economía de sus países; también aparecen limpias y sonriendo, es decir, no siguen los estereotipos tradicionales caracterizados por representar a estas mujeres sucias y tristes, hecho que lleva consigo que se las identifica fácilmente con los rostros de la marginación y la pobreza.

La naturaleza de los textos elegidos (multimodales) en los que aparecen mujeres de otras culturas nos ha permitido, por un lado, poner en práctica los principios de la gramática visual presentados en clase y, por otro lado, la temática de los textos seleccionados nos ha dado la oportunidad de trabajar con el alumnado competencias sociales entre las que destacan el desarrollo de la conciencia social y el pensamiento crítico. En este sentido, si la globalización está propiciando la creación de una ciudadanía global, consideramos que las ONGD pueden proporcionarle a ésta un valor añadido al hablar de solidaridad, justicia social e igualdad entre mujeres y hombres en sus publicaciones.

Bibliografía

- Barahona, R., J. Gratacós y G. Quintana. (2013). *Centros educativos transformadores. Ciudadanía global y transformación social*. Barcelona: Oxfam Intermón.
- Checa y Olmos, F. (2008). Las migraciones a debate y el debate de las migraciones. En Checa y Olmos, F. (Coord.) *La Inmigración Sale a la Calle: comunicación y discursos políticos sobre el fenómeno migratorio* (pp. 7-16). Barcelona: Icaria.
- Checa y Olmos, F. (2006). España y sus inmigrantes. Imágenes y estereotipos de la exclusión social. Ponencia presentada en el *III Congreso sobre la Inmigración en*

- España*. Recuperado de <http://www.redisir.net/documentacion/.../11-espana-y-sus-inmigrados-checa-olmos>).
- Creighton, H. (2013). (De)construir la otredad: las mujeres inmigrantes en la prensa escrita española. *Revista Paz y Conflictos*, 6, 78-106.
- de Silva Joyce, H. y S. Feez. (2012). *Text-based Language and Literacy Education: Programming and Methodology*. Sydney: Phoenix Education.
- Fernández Martínez, D. (2011). *Introducing Discourse Analysis in Class*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Gregorio Gil, C. (Dir.) (2013). *¿Por qué tienen que decir que somos diferentes? Las mujeres inmigrantes sujetos de acción política*. Granada: Universidad de Granada.
- Knudson-Vilaseca, E. A. (2007). *Embodying the Un/home: African Immigration to Portugal and Spain*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Segunda edición. Londres: Routledge.
- Martin, J.R. (2004). Positive discourse analysis: solidarity and change. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 49, 179-200.
- Martin, J.R. y Rose, D. (2012). *Learning to Write/Learning to Learn: Genre, Knowledge and Pedagogy in the Sydney School*. Londres: Equinox.
- Martínez Lirola, M. (2013a). Teaching Visual Grammar and Social Issues in an English Language Course: An Example Using Multimodal Texts on Immigrant Minors from a Spanish Newspaper. En Díaz Pérez, F. J.; Díez-Bedmar, M. B.; García-Ramírez, P. y Rascón-Moreno, D. (eds.), *Global Issues and the Teaching of Language, Literature and Linguistics* (pp. 195-215). Viena: Peter Lang.
- Martínez Lirola, M. (2013b). Experiencia de enseñanza multimodal en una clase de idiomas. *Ensayos Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 28, 1-13.
- Nash, M. (2007). Repensar las representaciones mediáticas de las mujeres inmigrantes. *Quaderns de la Mediterrània*, 7, 59 -62.
- Rovetto, F.L. (2010). La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. El caso de las mujeres inmigrantes”. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 28. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/nomadas/28/florenciarovetto.pdf>.
- Santamaría, E. (2002). *La incógnita del extraño: una aproximación a la significación sociológica de la inmigración no comunitaria*. Barcelona. Anthropos.
- Van Dijk, T. A. (2005). *Racism and Discourse in Spain and Latin America*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.

Biografía

María Martínez Lirola es doctora en Filología Inglesa y Profesora Titular de Filología Inglesa de la Universidad de Alicante. Además, es Research Fellow del Departamento de Lingüística y Lenguas Modernas de la Universidad de Sudáfrica (UNISA). Ha dirigido varios proyectos de investigación sobre Análisis Crítico del Discurso e innovación educativa financiados por entidades públicas. Sus principales líneas de investigación son el Análisis Crítico del Discurso, la Gramática Sistémica Funcional y la Lingüística Aplicada. Ha publicado alrededor de un centenar de publicaciones que incluyen libros, artículos en revistas nacionales e internacionales, capítulos de libro, ponencias en congresos, reseñas y trabajos de divulgación, además de haber creado y dirigir el grupo de investigación “Análisis Crítico del Discurso Multimodal”. Además, la profesora Martínez Lirola ha participado en congresos e impartido conferencias y seminarios en España y en decenas de países. Por otro lado, ha

llevado a cabo estancias de investigación en los cinco continentes con el fin de llevar a cabo investigaciones de temática social. Correo electrónico: maria.lirola@ua.es.

Puntos de encuentro entre educomunicación y comunicación comunitaria

A common space between media literacy and community media

Carme Mayugo i Majó, grupo CIDACOM (Cidadanía e Comunicació) de la USC, red REAL_CODE y Teleduca. Educació i Comunicació

Resumen

Personas y colectivos sociales tratan de realizar sus necesidades socioeducativas, culturales y comunicativas. Dos herramientas claves son la comunicación comunitaria (CC) y la educomunicación (EC), aunque tienen una incidencia marginal en la mayoría de sociedades europeas. Por un lado la investigación es incipiente, repetitiva y residual. Por otro no se presta atención a sus coincidencias, divergencias, interdependencias y complementariedades.

Esta reflexión surge de la investigación *Comunicación comunitaria y Educación en Comunicación: un estudio de casos para atender nuevas necesidades socioeducativas en el espacio local* (Mayugo, 2011). Ésta verificó la necesidad de generar un espacio de acción compartida entre CC y EC mediante proyectos de creación audiovisual participativa. También apuntó que un posicionamiento comunicativo propio de la ciudadanía garantiza el intercambio de experiencias, la interconexión de saberes y la construcción de redes desde lo existente.

Educomunicación y comunicación comunitaria pueden mejorar la coexistencia de una comunidad si trabajan conjuntamente. Juntas ejercen una acción mediadora y visibilizan la participación activa de la sociedad. La primera actúa como potenciadora del tejido social y la segunda como fortalecedora. La CC constituye un espacio de diálogo constante que se entretiene desde lo cotidiano, en cambio la EC adopta un papel facilitador y de articulación de propuestas.

Esta línea de investigación-acción permite concebir CC y EC como satisfactores sinérgicos (Max-Neef, 1998) que reactivan la comunidad para que ésta se signifique a sí misma. Pueden articular un movimiento social que, desde lo local, exija los derechos a la comunicación como bien común. Al compartir recorridos, como ser espacios y herramientas convivenciales (Illich, 1985), promueven una subjetividad activa entre pares (Rodríguez, 2010) que se autoexpresan y autorepresentan colectivamente y sin más intermediaciones que las propias. Ambas se accionan desde la prealimentación (Kaplún, 1998) que les otorga sentido y significación social.

Palabras clave

Educomunicación; comunicación comunitaria; satisfactor sinérgico; convivencial; prealimentación.

Abstract

People and social groups try to develop their socio-cultural and communication needs. Two key tools are the community media (CM) and media literacy (ML), although they have a marginal impact on most European societies. On the one hand, research is emerging, repetitive and residual. Furthermore, no attention to their similarities, differences, interdependences and complementarities is provided.

This reflection arises from the research “Community media and media literacy: a case study to address emerging socio-educational needs at the local level” (Mayugo, 2011). It has verified the need to create a space for shared action between CM and ML through projects focused on participatory audiovisual creation. It has also noted that an

own communicative positioning of citizenship guarantees the exchange of experiences, the knowledge interconnection and the networks creation from the existing ones.

Media literacy and community media can improve the coexistence of a community if they work together. Together they exert a mediating action and they make visible the active participation of society. The first concept acts to enhance the social fabric and the second as empowering. The CM builds a space of constant dialogue that is woven from the everyday, however the ML adopts a facilitating role and for the articulation of proposals.

This research-action allows a conception of CM and ML as synergic satisfiers (Max-Neef, 1998) to reactivate the community from the meaning it has about itself. From local level they can articulate a social movement, from where it would be possible to demand the rights to communication as common good. By sharing routes such as spaces and convivial tools (Illich, 1985), both promote an active subjectivity peer to peer (Rodríguez, 2010) to practice self-expression and self-representation collectively without any more intermediaries than their own. Both are operating from the feed-forward (Kaplún, 1998), and this gives them meaning and social significance.

Keywords

Media literacy; community media; synergic satisfier; convivial; feed-forward.

Biografía

Carme Mayugo i Majó (Breda, 1969) es experiodista y educadora. Licenciada en Ciencias de la Información y máster en Comunicación y Educación por la UAB. Investigadora (DEA) del grupo *Ciudadanía e Comunicació* (CIDACOM) de la USC en período de tesis, e integrante de REAL_CODE (Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo). Cofundadora de *Teleduca. Educació i Comunicació* donde lleva casi veinte años diseñando, coordinando y realizando proyectos educacionales de dinamización comunitaria. Entre 2005 y 2013 fue profesora de documental y comunicación audiovisual en la Escola de la Dona de la Diputació de Barcelona. Tiene una larga experiencia como formadora, especializada en metodologías colaborativas, aprender haciendo y dinámicas vivenciales. Su línea de investigación académica se centra en necesidades socioeducativas, metodologías participativas, pedagogías vivas, comunicación y comunidad. Conoce a fondo muchas experiencias de comunicación comunitaria y educacional, sobre todo en Europa y América Latina. Forma parte de *Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors, Artibarri. Xarxa de Comunitats Creatives per a la Transformació Social, Assemblea per la Comunicació Social* y *Community Media Forum Europe* (CMFE). Correo electrónico: carme@teleduca.org.

Competencias profesionales y perspectiva de género en estudiantes de licenciatura en comunicación

Professional skills and gender perspective into undergraduate communication students

Ricardo Monroy Sánchez, Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El trabajo que aquí se presenta es el resultado del análisis y la evaluación de cómo los jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Comunicación, de una universidad incorporada a la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), contaban o no con competencias profesionales para el diseño de publicidad con equidad de género. Después de la indagación de campo, se concluyó que las y los jóvenes universitarios muestran cierta inquietud por no reproducir estereotipos de género, aunque se les dificulta diseñar una publicidad con equidad de género dado que carecen de las bases de la perspectiva de género.

En tal contexto, se diseñó una propuesta que consiste en un tríptico denominado “El *top-ten*: equidad de género para la creación de anuncios publicitarios”, donde se proponen cuatro puntos: objetivos, concepto de equidad de género, ¿Cómo detectar el sexismo en la publicidad? ¿Cómo incorporar la perspectiva de género? Se considera que este material representa un acceso ágil para el estudiantado proporcionando información básica en perspectiva de género en dos tiempos: el primero, al momento de poder identificar las características discursivas de los anuncios publicitarios emitidos por algún medio de comunicación y que reproduzcan el sexismo. Si ya identifican los elementos discursivos, del sexismo en la publicidad, es tiempo de otorgar competencias para que den un nuevo sentido a la creación y diseño de publicidad o anuncios publicitarios a través de la perspectiva de género.

Palabras clave

Perspectiva de género; publicidad; sexismo; equidad de género; competencias profesionales.

Abstract

The work presented here is the result of analyzing and evaluating how young students from the Bachelor's degree in communication from a University that is part of the Autonomous University of the State of Mexico (UAEM), counted or not with professional skills for the design of advertising with gender equity. After the field inquiry, conclusions show that students are concern with not reproducing gender stereotypes, although it is difficult for them to design advertising with gender equity as long as they lack the bases of gender mainstreaming.

In this context, we designed a proposal consisting of a so-called triptych brochure “The top-ten: equity of gender for the creation of ads”, which proposes four points: objectives, concept of gender equity, how to detect sexism in advertising, and how to incorporate the gender perspective. We considered that this material represents a flexible access for students, providing basic information on gender perspective in two steps: first, at the time of identifying the discourse features of advertisements issued by any means of communication and that reproduce sexism. If they already identify the discursive elements of sexism in advertising, it is then time to confer competences so that they can give a new meaning to creation and design of advertising or advertisements through gender mainstreaming.

Keywords

Gender perspective; advertising; sexism; gender equity; professional skills.

Introducción

Los desequilibrios entre géneros han permitido la generación y, sobre todo, la justificación de la violencia simbólica permitiendo que sea “normal” o hasta “buena” la transmisión de estereotipos. Los medios de comunicación a través de los anuncios publicitarios han reproducido roles estereotipados de género como también han legitimado las imágenes y valores de la inequidad de género a través del sexismo.

En este trabajo, se parte del supuesto de que el incorporar la perspectiva de género en los estudios de Licenciatura en Comunicación se logrará que los creadores o diseñadores de nueva publicidad modifiquen la concepción errónea de estereotipos de género vigentes y contribuyan a la configuración de una sociedad más incluyente entre mujeres y hombres. En tal sentido, se considera que el estudiantado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Ixtlahuaca CUI, institución incorporada a la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)¹, debe interesarse por atender, desde su campo disciplinario, problemáticas sociales y apostar por la igualdad de género.

Desde luego que para ello es necesario que la estructura curricular de la licenciatura incluya conocimientos esenciales de la perspectiva de género. Pero ¿Cuál es el grado de conocimiento con respecto a la equidad de género en el alumnado de la Licenciatura en Comunicación de una Universidad incorporada? y, ¿Cómo ese conocimiento influye o no en la reproducción de estereotipos de género al diseñar mensajes publicitarios? Teniendo en cuenta estas interrogantes, me propuse diseñar un material que facilite o fortalezca la transmisión de los elementos básicos de la perspectiva de género al alumnado inscrito en la Licenciatura en Comunicación de la Institución incorporada.

La estructura del presente proyecto consta, en la primera parte, de un marco conceptual donde se hace referencia teórica general de los conceptos básicos utilizados en la propuesta (publicidad, perspectiva de género en relación con la publicidad y las denominadas metáforas publicitarias de género). En una segunda parte, se presenta el diagnóstico que se realizó con el estudiantado de la Licenciatura en Comunicación de la Institución incorporada, donde se identifica el grado de conciencia, conocimiento y

¹ De ahora en adelante Institución incorporada.

competencia del alumnado en materia de perspectiva de género. En la tercera parte, se encuentra la propuesta concreta, es decir, el material a implementar. La última parte del proyecto consta de las conclusiones generales, las referencias bibliográficas y los anexos.

Se anticipa que a partir de las indagaciones en el campus universitario y en contacto directo con las y los estudiantes, se identificó que el alumnado no conoce su línea de acentuación en función al plan de estudios vigente, tampoco identifican las características de los anuncios publicitarios como reproductor de estereotipos o discriminación por género; ni identifican la equidad de género en los anuncios publicitarios, por lo que les resulta complicado y “lejano” el diseño de publicidad con equidad de género.

Sin embargo, el alumnado mostró apertura e interés por abordar la equidad de género. Aunque tienen un vago conocimiento sobre la perspectiva de género y, no cuentan con la competencias profesionales para llevar a cabo proyectos bajo esa perspectiva, las y los jóvenes con quienes se trabajó mostraron gran disposición para conocer e implementar estos temas en su ámbito personal y profesional. A partir de ello, se propone un tríptico donde se establecen las concepciones básicas de la perspectiva de género en anuncios publicitarios, a este material se le llamo “El *Top-Ten*: Equidad de Género en Anuncios Publicitario”.

1. Perspectiva de género, publicidad y sexismo

La publicidad tiene siempre un carácter comercial, y sus destinatarios son los consumidores reales o potenciales. Bettinghauss (1987), señala que la publicidad es una forma de comunicación persuasiva de carácter comercial con el objeto de cambiar las creencias, actitudes y conductas de los públicos, para conseguir la compra, la contratación o el consumo de los productos o servicios anunciados.

Para ello debe tener tres actores o actrices en el proceso: el o la anunciante: persona jurídica o física, emisora del anuncio publicitario; los consumidores y las consumidoras: destinatarios del anuncio publicitario (*target*), que pueden ser reales o potenciales y, hombres y mujeres profesionales de la publicidad: personas que planifican y ejecutan el proceso de la comunicación publicitaria, siendo estos profesionales de la publicidad el foco del presente trabajo, especialmente al momento de adquirir sus conocimientos y competencias dentro de la licenciatura.

Podemos hacer la referencia que entre la publicidad y la perspectiva de género no hay una estrecha relación debido a que el sexismo, que de acuerdo a Izquierdo (2001) es un criterio de clasificación que permite asignar posiciones sociales, anticipar conductas, identificar a las personas; es utilizado en la publicidad como un mecanismo de persuasión y un instrumento potencializador y promotor del sexismo social, al reproducir conductas sexistas en la vida cotidiana de los hombres y mujeres de una sociedad (IME, 2008).

Sin embargo, podemos tener un contacto entre publicidad y sexismo, el cual se presenta según la revista Educamos C0, Publicidad y Sexismo (2000), cuando un anuncio comercial trata de manera estereotipada la labor de hombres y mujeres, cuando se alimenta de los tópicos que alrededor del género existen y cuando degradan a las mujeres.

Tenemos así que el sexismo en la publicidad somete a las mujeres al ámbito doméstico. Los anuncios comerciales en los tiempos actuales muestran a mujeres banales, con cuerpos esculturales, que siempre están estupendas, en su casa, en la oficina, que puede con todo, con los niños, con el deporte, con la reunión de la empresa, las “*superwoman*”.

El sexismo en la publicidad crea estereotipos absolutamente perniciosos y que, aun a estas alturas de la lucha de las mujeres por su liberación, sigue siendo inspiración para los creadores que a su vez crean nuevos estereotipos de los que hay que defenderse.

En estudios previos, se puede hacer una interacción entre la perspectiva de género y publicidad, la cual se ve reflejada en las denominadas metáforas publicitarias de género, que son descritas por Velasco (2003), quien explica cómo las representaciones estereotípicas de las mujeres y los hombres en la publicidad responden a construcciones claramente metafóricas.

Las metáforas constituyen un importante recurso ideológico que permite difundir ideología de forma soterrada en el discurso persuasivo como el político o publicitario, así lo señala Faircolough (1989), que a menudo coinciden la intención y el ambiente cognoscitivo del emisor y el del receptor, especialmente cuando se emplean para abordar problemas sociales (Velasco, 2003).

El potencial ideológico de la metáfora proviene, en realidad de su valor cognoscitivo, que la convierten en un recurso útil para presentar un tipo de experiencia creando así una ideología específica.

Dentro de la publicidad se denominan metáfora publicitaria, que no sólo representa un ornamento estético, sino un recurso conceptual con valor heurístico que permite concebir un concepto en términos de otro.

Fuentes Olivera define a la metáfora publicitaria de género como aquellas cuyo *mapping* conceptual puede crear y/o reflejar una relación discriminatoria por razón del sexo (IME 2008: 24).

El empleo de recursos semióticos como las metáforas publicitarias de género en la publicidad prueban la existencia de un tipo de sexismo sutil, el sexismo semiótico, que opera a nivel implícito presentando formas no exclusivamente verbales.

Fuentes Olivera (1999 en Velasco, 2003) distingue tres tipos de metáforas publicitarias de género, los cuales son:

Género metafórico: Se refiere a los casos donde el comportamiento sexual humano se extiende a seres inanimados. Se personifican y sexualiza el producto o servicio anunciado. El producto se convierte en actor, el objeto en sujeto.

Metáforas universales de género: Son utilizadas para marcar el territorio sociocultural, político y económico, vetado a hombres y mujeres en razón a su sexo. Estas metáforas se centran en los patrones, esquemas o modelos basados en nuestra experiencia corporal. Estas metáforas se centran en los patrones, esquemas o modelos basados en nuestra experiencia corporal. Con esta perspectiva, la estructuración del poder y del dominio se establece en tres clases de imágenes:

- Imagen de coacción: Una fuerza desplaza a un objeto o una persona al recorrer una trayectoria a una cierta velocidad.
- Imagen de obstrucción: Un vector toma diferentes direcciones al encontrar un obstáculo en su trayectoria.
- Imagen de contención. La misma imagen, pero manteniendo el tiempo, de modo que “fuera” y “dentro quedan separados.

Estas imágenes identifican modelos especiales u orientaciones los cuales nos indican, por ejemplo, cómo relacionar unos conceptos metafóricos con otros según nuestra experiencia espacial. Según Lakoff y Johnson (citado por Velasco 2003), estas metáforas son las siguientes: “*up-down*” (arriba-abajo), “*in-out*” (dentro fuera), “*front-back*” (central-periferico), “*deep-shallow*” (profundo-superficial) y “*central-*

peripheral” (central-periférico). A estas categorías se les puede añadir otras también de denotación espacial.

Metáforas culturales de género: Consisten en identificar a las personas con objetos o animales, además reflejan valores propios de una sociedad determinada. En este sentido se entiende el concepto de “cultura” en su acepción más amplia, que engloba valores religiosos, mitos, cuentos, creencias populares, artes escénicas, arquitectura, etc.

1.1 Metodología, diagnóstico y resultados

Para determinar en su parte de diagnóstico el grado de conocimiento con respecto a la equidad de género en el alumnado de la Licenciatura en Comunicación de una universidad anexa a la UAEM y cómo dicha conciencia les permite o no seguir reproduciendo los estereotipos de género al momento que diseñan y producen mensajes publicitarios, se siguieron varios pasos:

- a. Se entrevistó al Coordinador de la Licenciatura en Comunicación, para saber cómo estaba integrada la estructura en cuanto a personal y matrícula que era de 418 personas inscritas.
- b. Se diseñó un cuestionario, consistente en diez preguntas, en función de tres grandes categorías: Conocimiento, Conciencia y Competencia. Previamente, se piloteó el instrumento, una vez que fue corregido se aplicó a partir de una muestra no probabilística a un grupo de cada periodo de estudio (semestre), resultando en total 92 cuestionarios; cabe destacar que las hojas de los cuestionarios fueron de color rosa y azul, lo cual se pensó para observar la reacción que tenía el estudiantado al momento de recibir el cuestionario intercalándolo en una ocasión rosa para mujeres y azul para hombres y en otro grupo a la inversa.

Se definió a la población bajo los siguientes criterios:

- Sexo: hombre y mujer.
- Edad: 17 – 26 años.

- Determinación geográfica: Universidad de Ixtlahuaca CUI, incorporada a la UAEM en Ixtlahuaca, Estado de México.²
 - Escolaridad: Estudiantado de la Licenciatura en Comunicación.
 - Periodo de estudio (semestre): segundo, cuarto, sexto y octavo.
 - Municipios aproximados de donde provienen el estudiantado: Ixtlahuaca, Toluca, Metepec, Lerma, Temoaya, Jilotepec, Jiquipilco, Atlacomulco, Zinacantepec, San Felipe del Progreso, Jocotitlán, San Bartolo Morelos, Almoloya de Juárez, Tenango del Valle.³
 - Medio: Rural y Urbano.
 - Estrato socioeconómico: Media baja.
- a. Se analizaron los resultados. De entre los cuales podemos destacar: que fueron 47 mujeres y 45 hombres quienes respondieron el cuestionario. Estas personas no conocen su línea de acentuación, en función al plan de estudios vigente dentro de la Licenciatura. Es de resaltar que el 15 por ciento (14) de las personas encuestadas habían cursado Unidad de aprendizaje de Introducción a los Estudios de Género, lo que contribuyó a la capacidad de distinción entre sexo y género, y el identificar roles de género, siendo ésta una de las partes medulares del presente diagnóstico. Además identifican el rol de género. Sólo estas personas estuvieron en condición de distinguir rasgos sexistas en ejemplos de publicidad, sin embargo, no identifican las características de los anuncios publicitarios que estén pasando o hayan pasado en diversos medios de comunicación. Tampoco logran identificar la equidad de género en los anuncios publicitarios; no tiene la suficiente competencia al momento de pensar en el diseño de anuncios publicitarios, ya que se ven limitados al conocimiento de los elementos que se requieren para ello. Logran visualizar en su vida diaria la equidad de género, pero no logran visualizarlo en su ámbito profesional. El color de la hoja no resultó relevante en el ejercicio de responder el cuestionario.

² Se denomina universidad incorporada debido a que la UAEM le otorga este reconocimiento por seguir el plan de estudios de la licenciatura en Comunicación de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. Ixtlahuaca es municipio del Estado de México, localizado al norte, cuya actividades preponderantes son la agricultura y el comercio, uno de los municipios más importantes del norte del país, el cual se localiza aproximadamente a 30 kilómetros de Toluca, la capital del estado.

³ Municipios del norte y centro del Estado de México.

b. Con base a los resultados y conclusiones obtenidas en el diagnóstico se procedió a la elaboración del FODA, árbol de problemas y el árbol de soluciones, formulando una de las soluciones ideales al problema identificado, entre las cuales se encuentra nuestra propuesta que consiste en un tríptico que contiene los puntos esenciales en materia de equidad de género para la creación de anuncios publicitarios, el mismo representa un acceso ágil para el estudiantado, el cual se denomina “El Top-Ten. Equidad de género en anuncios publicitarios”. Procediendo a la creación de nuestra propuesta: que contiene un nombre y cuatro puntos centrales, los cuales son:

- Nombre: “El Top-Ten. Equidad de género en anuncios publicitarios”
- Objetivos:
 - Generar conciencia del sexismo en la publicidad, en el alumnado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Ixtlahuaca CUI.
 - Compartir algunas directrices para que el alumnado sea capaz de construir un nuevo discurso publicitario que promueva la equidad de género
- Concepto de Equidad de Género:
 - Equidad de Género en la publicidad como: “Supresión del sexismo en contenidos comerciales, como factor de erradicación de la discriminación”⁴.
 - ¿Cómo detectar el sexismo en la publicidad?⁵:
 - Uso de desnudos o semidesnudos femeninos y masculinos como puntos de atracción publicitaria, sin conexión alguna con el tipo de producto.
 - Uso del cuerpo o parte del cuerpo de manera pornográfica para captar la atención del público.
 - Representaciones, explícitas o implícitas, de sometimiento sexual de la mujer o cualquier atentado contra su libertad sexual.
 - Contenidos que inciten al maltrato de la mujer o del hombre.
 - Colocar como destinatario al hombre o la mujer, de manera explícita o implícita, aunque el producto no se enfoque a ellos.

⁴ Propuesta elaborada a partir de Lomas (1999).

⁵ Propuesta elaboradas a partir de IME (2008).

- Transmisión de los roles sociales tradicionalmente asignados a las mujeres (espacio privado) y hombres (espacio público).
- ¿Cómo incorporar la perspectiva de género?
- Innovar el contenido de los anuncios publicitarios, no discriminando y degradando al hombre o a la mujer.
- Promover modelos innovadores que no reproduzcan estereotipos y roles tradicionales de género.
- Eliminar las representaciones explícitas e implícitas, de sometimiento sexual.
- Procurar eliminar los estándares de belleza estereotipados.
- Utilizar lenguaje incluyente. Recuerda que el sexismo lingüístico es una forma de invisibilizar o violentar a las mujeres u hombres
- Manejar completa la cromática de colores. No etiquetar a los hombres o mujeres en un color determinado.
- Evitar personificar y sexualizar al producto o servicio anunciado.
- Proyectar la figura del hombre y de la mujer en igualdad de planos (ni delante ni atrás; ni abajo ni arriba).
- Prescindir de identificar a las personas con objetos o animales.
- La creatividad, aunada al conocimiento de los lenguajes (visuales, auditivos y narrativos), ayudan a romper con los múltiples estereotipos y roles de género, así como del sexismo en el discurso publicitario.

La propuesta se envió a un diseñador para elaborar el primer prototipo del tríptico, el cual se probó en un grupo focal, para saber si el contenido del tríptico era claro, entendible, así como si la presentación era fácil y acorde. Sobre todo si era una herramienta que pudieran utilizar para la creación de anuncios publicitarios con equidad de género.

El alumnado participante en el grupo focal eran parte del alumnado del noveno semestre de la Licenciatura en Comunicación consistente en: 4 mujeres y 4 hombres. El grupo focal se realizó en las instalaciones de la universidad; entre los resultados del grupo focal fueron: En cuanto al contenido, los conceptos señalados en el top-ten eran claros y entendibles para todo el alumnado, y lo observaron como una buena opción

para hacer un cambio en la creación de anuncios publicitarios, para concientizar. Señalaron que el top-ten les permite tener una opción distinta para el diseño de mensajes, el cual aunado a talleres sobre sexismo en la publicidad, de equidad de género, de discursos mediáticos con equidad de género, entre otros, los cuales les permitirán el diseño de mensajes publicitarios con equidad de género. Pero sobre todo, el alumnado resaltó la importancia de que este tríptico se puede implementar en la Unidad de Aprendizaje Diseño Audiovisual, para que tengan otra opción en el diseño de anuncios publicitario y no sólo el comercial, que reproduce anuncios sexistas, así afirmaron que tendrían un mayor panorama de conocimientos que les genere mayores competencias.

Pero ¿cómo saber si realmente a partir del top-ten el estudiantado era capaz de aplicarlo?, se diseñó, para ello, una estrategia, la cual consistió en entregarles material necesario para la elaboración de un anuncio publicitario sencillo con la ayuda del top-ten realizándolo en parejas, las cuales estaban formadas de la siguiente manera: dos varones, dos mujeres y un varón y una mujer en las dos parejas restantes, consistente en formular un anuncio publicitario de un perfume para mujer. Los resultados fueron que el top-ten les permite tener una visión distinta y no seguir propagando el sexismo en la publicidad, sin embargo, la pareja de mujeres es quien diseñó el anuncio publicitario con mayor transmisión de estereotipos de género, mientras que las parejas integradas por un varón y una mujer son quienes diseñan anuncios publicitarios con equidad de género.

En cuanto a la presentación señalaron que era extensa a la vista y su lectura pesada; los colores eran muy estereotipados y se relacionaba con los colores del juego FIFA, a partir de lo anterior se rediseño el tríptico, quedando.

Conclusiones

El proyecto tuvo como sujetos de investigación el estudiantado de la Licenciatura en Comunicación de una Institución incorporada, quien de alguna forma u otra trabajan en el diseño de mensajes publicitarios mediáticos y no mediáticos. La finalidad de la propuesta es proporcionar competencias profesionales no solo de habilidad o destreza para la creación y diseño de anuncios publicitarios con equidad de género, sino también generar sensibilización y crítica del sexismo en la publicidad, a través de fomentar en el estudiantado la perspectiva de género, teniendo en consideración que todas las acciones

que abonen a la equidad de género contribuyen a mejorar formas de relaciones de los unos y los otros, las unas y las otras, las unas y los otros.

El diagnóstico permitió observar que el alumnado tiene la intuición de los conceptos básicos en materia de equidad de género; logran hacer la visualización de ella dentro de su vida cotidiana, sin embargo, no la trasladan a su ámbito profesional, que es donde tiene un mayor impacto el presente proyecto. Además, no conocen su línea de acentuación vigente de la licenciatura, lo que nos habla del poco conocimiento del perfil y de las competencias profesionales en lo que se están formando. En el estado actual de sus conocimientos, no tienen las competencias suficientes para diseñar anuncios publicitarios con perspectiva de género, por lo tanto, al momento de crear o diseñar anuncios publicitarios en realidad solo transmite el sexismo.

Se creó el tríptico, presentándolo ante el alumnado, el cual tuvo éxito en cuanto al diseño y la comprensión del texto, pero no se ha podido evaluar los resultados, debido a que en la Institución incorporada quedó limitado el acceso al estudiantado que antes entrevistamos; sin embargo, se tiene prevista ya la estrategia para realizar la evaluación en cuanto se cuentan con las referencias de las y los estudiantes.

Quiero mencionar que aunque el tríptico no ha sido utilizado por el alumnado de la Licenciatura en Comunicación, nuestro ejercicio académico ha tomado en consideración por estudiantes de la Especialidad en Género, Violencia y Políticas Públicas de la UAEM, como referencia en la elaboración de proyectos terminales similares.

No basta con el tríptico propuesto, sino que además hace falta que se implementen talleres y que los profesores o profesoras de las Unidades de Aprendizaje que tiene que ver con publicidad y medios, conozcan la equidad de género y puedan plantearla a su alumnado.

La creatividad puede romper con los estereotipos de género; sin embargo, el alumnado no la alcanza visualizar. El instrumento propuesto les da una luz para pensar que existe una manera distinta de diseñar anuncios publicitarios, que además de vender, fomenta la equidad de género.

Bibliografía

- Bettinghaus, E. (1996). *Persuasive communication*. New York: Rinehart and Wiston.
- Educamos Co (2000). Sensibilización y formación del profesorado. Publicidad y sexismo. Recuperado de:
<http://www.uphm.edu.mx/libros/publicidad%281%29.pdf>

- Instituto de Investigaciones Jurídicas (2011). *Aplicación práctica de los modelos de prevención, atención y sanción de la violencia contra las mujeres: Protocolos de actuación*. México: UNAM-IIIJ-CONACYT.
- IME (Instituto de la Mujer) (2008). *Guía de intervención ante la publicidad sexista*. Madrid: Ministerio de Igualdad y Estilo Estugraf Impresores, S.L.
- Izquierdo, M.J. (2001). *Sin vuelta de hoja. Sexismo: poder, placer y trabajo*. Barcelona: Balletera.
- Lomas, C. (Coord.) (1999). *¿Iguales o diferentes? género, diferencia sexual, lenguaje y educación*. Barcelona: Paidós.
- Velasco, M. (2003). Metáfora y género. Las metáforas de género en la publicidad de British Cosmopolitan. *Revista Odisea*, 4, 171-208.

Agradecimientos

Me permito agradecer a las integrantes del cuerpo académico de la Especialidad en género, violencia y políticas públicas de la UAEM, por haberme permitido ser integrante de la tercer generación, la cual cambio mi perspectiva de la vida, en especial a dos grandes mujeres: Natalia Ix-Chel y Norma Baca, por ser la guía en el presente trabajo y dar esa luz a mi obscuridad intelectual, y sobre todo por brindarme su amistad, la cual no tengo con que agradecer quedándome solo con expresar mi respeto y admiración.

Biografía

Ricardo Monroy Sánchez es Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma del Estado de México. Especialista en Género, Violencia y Políticas Públicas por la Universidad Autónoma del Estado de México, afiliado a la Universidad Autónoma del Estado de México. Tema de investigación: violencia de género y políticas públicas con perspectiva de género. Correo electrónico: monsar281@hotmail.com.

Marketing social con menores hijos/as de víctimas de violencia de género

Social marketing with children of victims of gender violence

Ana Rosser Limiñana, Universidad de Alicante
Raquel Suriá Martínez, Universidad de Alicante

Resumen

La violencia de género no afecta exclusivamente a la mujer sino que repercute en los niños y niñas que conviven con el maltratador y su víctima. De hecho, en numerosas investigaciones se demuestra que ser testigo de la violencia perpetrada contra su madre es una forma de maltrato contra el niño o niña con consecuencias muy graves en su ajuste psicosocial.

En España, según datos de la *Macroencuesta de violencia de género 2011*, realizada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2012), el 76,9% de las mujeres que manifestaron haber sufrido violencia de género tenían hijos, muchos de ellos, menores de edad. De estas, el 54,7% indicaba que los menores sufrieron directamente situaciones de violencia. Estos representan el 10,1% del total de menores de edad residentes en España. A pesar de ello, estos menores todavía no parecen estar entre las prioridades de actuación de las instituciones, convirtiéndose, como señalaba Osofsky (1999) en “las víctimas invisibles” de esta lacra social. De hecho, sólo existen dos campañas institucionales puestas en marcha por el Gobierno de España sobre este tema desde la entrada en vigor de la L.O. 1/2004 de medidas de protección integral contra la violencia de género, una en 2008 y otra en 2010.

A través de un cuestionario *online* se ha recabado la opinión de los profesionales que se enfrentan diariamente al problema sobre diferentes aspectos de intervención con estos menores. El análisis muestra importantes deficiencias en la información y sensibilización sobre esta problemática. Los resultados ponen de manifiesto la necesidad de potenciar un marketing social dirigido a sensibilizar a la población en general pero especialmente a las víctimas de la violencia de género, tanto a las madres como a sus hijos/as, sobre los efectos de esta violencia y sobre cómo actuar de cara a evitar/paliar sus repercusiones.

Palabras clave

Menores; violencia de género; marketing social; ajuste psicosocial; intervención psicosocial.

Abstract

Gender violence does not affect uniquely women but it also affects children living with the batterer and the victim. In fact, several researchers show that witnessing the violence against their mother is a kind of maltreatment with serious consequences in the psychosocial adjustment of these children.

In Spain, a macro survey on gender violence made in 2011 by Health, Social Services and Equality Department (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2012) showed that 76,9% victims of gender violence had children, most of them minors. In this group, 54,7% of women indicated that children had directly suffered situations of violence. This group represents 10,1% of minors living in Spain. In spite of that, these children do not seem to be a priority for institutions, and they are becoming, as Osofsky (1999) stated, “invisible victims” of this blight on society. In fact, just two institutional campaigns have been carried out by Spanish government (in 2008

and 2010) since the publication of O.L. 1/2004 of integral protecting measures against gender violence.

We used an online survey to gather the opinion of professionals that directly face up the problem about different aspects of the intervention with these children. The analysis shows important deficiencies in information and awareness about this problem. The results show the need to strengthen social marketing aimed at increasing awareness of general population, but specially of gender violence victims (mothers and children), about the effects of this violence and about how to work in order to avoid/alleviate their consequences.

Keywords

Children; gender violence; social marketing; psychosocial adjustment, psychosocial intervention.

Biografía

Ana María Rosser Limiñana es Doctora en Psicología y profesora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante, donde coordina el Grupo de investigación en *Intervención psicosocial con familias y menores* (IPSIFAM) y dirige el título propio de postgrado en *Infancia y juventud en riesgo social*.

Cuenta con numerosos trabajos y contribuciones a congresos y seminarios sobre maltrato infantil, violencia de género, protección a la infancia, acogimiento y adopción, jóvenes infractores, etc. Ha participado en proyectos nacionales y europeos sobre estos temas. Actualmente dirige el proyecto “Estrategias para intervenir con menores expuestos a violencia de género”, financiado por la Generalitat Valenciana (GV 2014/90). Correo electrónico: ana.rosser@ua.es.

Raquel Suriá Martínez es Doctora en Psicología y profesora en el Dpto. de Comunicación y Psicología Social en la Universidad de Alicante. Asimismo, es tutora en la UNED (centro asociado de Elche). Las líneas de investigación se enmarcan dentro de la Psicología Social y la Salud, destacando su principal interés sobre riesgo de exclusión, discapacidad e integración.

En el área de Psicología, es miembro del Proyecto “Violencia de género: una propuesta de investigación-acción sobre sus repercusiones psicosociales en los hijos e hijas de las víctimas” y del Equipo de Investigación en Psicología Social y Salud (PSS). En el área de Educación, es miembro del grupo de investigación en Recursos didácticos digitales en Psicología Social (GITE) de esta misma universidad. Correo electrónico: raquel.suria@ua.es.

Ensido do jornalismo deve criticar tradição e cultura: aprendizado sobre mídia e sociedade no caso do Formigueiro (Brasil – Amapá)
Journalism education should criticize tradition and culture: learning about society and media in the case of Formigueiro (Brazil – Amapá)

Lylian Rodrigues, Universidade Federal do Amapá

Resumo

Esta comunicação coleta dados de reportagens produzidas de junho a agosto, de 2014, na cidade de Macapá (Brasil) sobre um espaço denominado Formigueiro. O lugar está no ponto central da cidade, onde ela foi fundada, em 1761. Ocorreu, no período das publicações do ano passado, uma disputa sobre a circulação das pessoas que usualmente frequentam o lugar. A partir das reportagens, tecemos críticas ao discurso de cultura como segregador da cidade, à prática e à ética do jornalismo. Os estudos de mídia e de jornalismo devem corroborar para o questionamento das ordenações e condições sociais, que reverberam na formação de profissionais vinculados ao sentido da liberdade e da vida.

Palavras chave

Formigueiro; Cultura; Jornalismo; Comunicação Comunitária.

Resumen

Esta comunicación recoge los datos de los informes periodísticos producidos entre junio y agosto de 2014, en la ciudad de Macapá (Brasil) a respecto de un espacio denominado como Formigueiro. El lugar es el punto central de la ciudad, donde ella fue fundada in 1761. En el período de las publicaciones, ocurrió una disputa sobre el movimiento de personas que habitualmente frecuentan el lugar. A partir de los informes, tejemos la crítica del discurso de la cultura que provoca una ciudad segregada así como la crítica a la práctica y a la ética del periodismo. Estudios de los medios y la educación del periodismo deben concurrir al cuestionamiento de las ordenanzas y las condiciones sociales, que repercuten en la formación de profesionales vinculada al sentido de la libertad y de la vida.

Palabras clave

Formigueiro; Cultura; Periodismo; Comunicación Comunitaria.

Abstract

This communication collects data from reports produced from June to August, 2014, in the city of Macapa (Brazil) on a public space called Formigueiro. The place is a central point, where the city was founded, in 1761. A dispute over the movement of people who usually frequent the place occurred last year. From the reports, a critique on the discourse of culture that segregates the city and a critique of the practice and ethics of journalism is made. Media education and journalism studies must concur to the questioning of ordinances and social conditions, which reverberate in the formation of professionals linked to the sense of freedom and life.

Keywords

Formigueiro; Culture; Journalism; Community Communication.

Introdução

Na cidade de Macapá, em junho de 2014, foram publicadas algumas reportagens sobre uma “praça”. Portais de Notícias como o G1 Amapá (agência local das Corporações Globo) e Selesnafes.com (jornalistas independentes) divulgaram as manchetes: “Largo dos Inocentes é alvo do vandalismo, diz Confraria Tucuju”¹ e “Largo dos inocentes, de viciados e vândalos”². O lugar também é conhecido como Formigueiro, por muitos outros, desde a década de 40.

Ao acessar os mapas do Google, na mesma época, não encontrei nenhuma indicação na rede da localização do Largo dos Inocentes; entretanto, o nome Formigueiro logo foi indicado no mapa do Foursquare. Ali, também podiam ser lidos alguns comentários:

Imagem 1. Comentários no site Foursquare



Fonte: www.foursquare.com

¹ <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/06/largo-dos-inocentes-e-alvo-de-vandalismo-diz-confraria-tucuju.html> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

² <http://selesnafes.com/2014/06/largo-dos-inocentes-de-viciados-e-vandalos/> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

Uma pesquisa histórica indica a possível existência de um cemitério que dataria da década de 1920 ali, a partir de evidências que transitam apenas na mentalidade das pessoas. Em 1758, a Vila de São José de Macapá foi fundada a fim de defender o território português na colônia, e a igreja está ligada a esta criação. Inaugurada em 1761, sua construção é um exemplo do estilo de arquitetura que os jesuítas trouxeram da Europa do século XVI. Neste estilo, o cemitério costumava estar localizado nos fundos da igreja. Ao longo dos anos, a região foi habitada por inúmeras famílias ilustres da sociedade que ali nascia. Os cemitérios eram áreas de sociabilidade e convívio entre vivos e mortos. Somente a partir do século XIX com a medicalização e higienização da vida que estes foram afastados das áreas centrais e nobres (Silva, 2013).

Figura 2. Vista do Formigueiro, aos fundos da Igreja.



Fonte: porta-retrato-ap.blogspot.com.br

Atualmente, a Igreja permanece no mesmo local. Ao seu lado direito, se encontra a Biblioteca Pública e, mais à direita, a Secretaria de Meio Ambiente. Ao lado esquerdo (na foto), um shopping ocupa a antiga casa do Vigário (que também já foi uma escola do governo) e entre a igreja e o shopping há um espaço locado pela igreja onde se

encontram a Confraria Tucuju³ e um cinema a ser reinaugurado pelo shopping. Do outro lado, há um pequeno comércio, onde são vendidas as bebidas consumidas no Formigueiro e algumas lojas. O Formigueiro é uma área de convívio social e relações diversas impetradas por grupos de trabalhadores, moradores de rua, universitários, vendedores ambulantes, comerciários, músicos, jovens de estilos hippies, punks e rock.

Ao mesmo tempo ocorria em sala de aula e sob minha orientação a disciplina de Comunicação Comunitária do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá. Nela, eram conduzidos estudos sobre a cidade e as relações pessoais e institucionais neste mundo social. Na semana anterior às divulgações de tais notícias, foi perguntado aos alunos que espaço eles reconheciam como próprio da cidade e que não fosse turístico. Descobri o Formigueiro. Neste sentido, propondo um aprendizado a partir da experiência, marcamos nossas próximas três semanas de aulas neste espaço. Após as divulgações da mídia, acrescentamos ao processo de aprendizagem a forte crítica à mídia como construtora de relações sociais em seus sentidos significativos e sensíveis. Neste último caso, exploramos sobretudo o medo que permeava parte do grupo de alunos em estar neste local. Na universidade, ensinar o jornalismo deve ser uma crítica à prática jornalística.

1. O Formigueiro saiu na mídia

Na cidade de Macapá, em 27 junho de 2014, foi publicada uma reportagem por Jessica Alves do Jornal do Dia, cuja manchete era “Presidente da Confraria Tucuju denuncia falta de segurança no Largo dos Inocentes”⁴. No dia seguinte, a notícia ganha destaque no Portal G1 AP e a estudante de jornalismo Fabiana Figueiredo, da redação, publica “Largo dos Inocentes é alvo de vandalismo, diz Confraria Tucuju”. Em 29 de junho, é a vez do Portal SelesNafes.com, que divulga a reportagem “Largo dos Inocentes, de viciados e vândalos” e, em 3 de julho, a segunda reportagem “Vandalismo no Largo dos Inocentes com os dias contados”⁵.

As três reportagens têm aspectos bastante semelhantes. Entre eles, evidenciam imediatamente a serviço de quem se está divulgando a notícia. O porta-voz é a

³ Tucuju é nome dado aos nativos do estado. A Confraria é uma Organização Não Governamental cujo Estatuto a legaliza e dá legitimidade como mantenedora da cultura macapaense.

⁴ <http://www.jdia.com.br/portal/index.php/9-ultimas-noticias/115-presidente-da-confraria-tucuju-denuncia-falta-de-seguranca-no-largo-dos-inocentes> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

⁵ <http://selesnafes.com/2014/07/vandalismo-no-largo-dos-inocentes-com-os-dias-contados/> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

presidente da ONG Confraria Tucuju, como se vê inclusive nas manchetes do Jornal do Dia e G1 AP. Há uma repetição nos textos sobre a segurança e a cultura.

No primeiro caso, a falta de segurança no Largo e uma larga ação de depredação ou vandalismo, apesar de nenhuma das reportagens apresentar nenhuma apuração de dados. A insegurança é sempre tratada pela parte da Confraria. Telma Duarte, presidente da Confraria, nas entrevistas, fala da presença de pessoas bebendo e se drogando que “se torna um perigo, principalmente para os projetos da Confraria Tucuju” (G1 AP). Ou ainda, a insegurança para as pessoas de bem. “Eu peço segurança. Isso é o mínimo que posso fazer. Mas não é por mim, é pelas pessoas de bem que frequentam esse espaço. Vamos pedir a retiradas das árvores porque onde tem muita sombra fica desocupado em baixo” (Selesnafes.com). Sem qualquer questionamento ou crítica por parte dos repórteres, esses textos são escritos e divulgados.

O segundo ponto em comum entre essas reportagens diz respeito a cultura. O formigueiro é sempre o *popularmente* conhecido. A Confraria é a instituição da cultura, da preservação do patrimônio cultural, dos projetos sociais para os jovens ou do desenvolvimento cultural da cidade. A presidente, que é a única pessoa da ONG a se pronunciar em todas as matérias de divulgação, discursa em prol de uma outra juventude ao mesmo tempo que emite o interesse pelos projetos que os atendam. “Primeiro precisamos de organização e segurança para poder realizar festivais de Rock, hip-hop, funk. Eu quero chegar à linguagem deles e quero eles no *meu* espaço” (Jornal do Dia, grifo meu).

Telma Duarte menciona as drogas, inúmeras vezes, como criminalização das pessoas e do espaço. Acusa a bebida e as drogas pelos atos de depredação. Fala, ainda, em orgias. Os textos jornalísticos emitem a opinião desta senhora como discurso editorial, pois não se levantam dúvidas ou contrapontos.

No dia 3 de julho, na página de Facebook da Frente Cultural Polo Norte⁶ um estudante de jornalismo escreveu sobre o estado de sítio no largo dos inocentes protagonizado pelas produções jornalísticas, polícia e confraria Tucuju. Tratou sobre o sentimento provocado pelas reportagens e, ainda, provocou a ética jornalística por apontar fraudes nos depoimentos da presidente Telma Duarte, como o corte das árvores, e por incitar maior violência por parte da polícia, no local. O texto nos remete às questões políticas de segregação social e econômica, apontando o espaço estratégico

⁶ <https://www.facebook.com/FrentePoloNorte?ref=ts&fref=ts> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

para a urbanização ordenada pelo mercado e consumo, a ação irresponsável da desinformação, o poder instituído pela polícia e a mídia do espetáculo.

A informação espalhada sobre o formigueiro como difusor de ações criminosas se chocou com um movimento de ocupação organizada. O formigueiro foi tomado por guardas municipais, cães de guarda e procedimentos de revistas em mochilas justificadas por aparências suspeitas. Era o efeito da criminalização sobre um espaço de vivências e interações coletivas.

No dia 16 de julho, o grupo de alunos da disciplina Comunicação Comunitária estava em mais um dia de aula no Formigueiro. Nesta noite, a polícia encostou na parede da igreja alguns jovens por aparência suspeita. As imagens desta abordagem estão gravadas e indicam a falta de sentido para o termo “suspeito”. Ao questionarmos o sargento pela ação, ele indicava que era procedimento de rotina, por causa de denúncia, anúncio na mídia e aparência suspeita. Essa “aparência” não foi descrita, em nenhuma das vezes que o indagamos. O que o torna suspeito? “Ele é suspeito”. Indicou que “bandido não tem cara, mas que não parece ‘gente do bem’”. Os depoimentos que escutamos indicavam um histórico de ocorrência da ação policial no local e até mesmo de violência com alguns jovens.

No primeiro dia de agosto foi convocada uma audiência pública, a pedido da confraria, do shopping e de alguns moradores. Neste, exaltava-se a figura de Telma Duarte como mantenedora da cultura tradicional de Macapá. O discurso sobre a tradição cultural da cidade, do espaço como patrimônio histórico, sequer permitia citarem o nome como Formigueiro. Alguns que arriscavam falar, pediam desculpa ou licença. Os empresários do shopping garantiam que o espaço deveria permanecer aberto (a presidente da Confraria propunha o isolamento da área com grades) já que ali também precisavam circular cargos e descargos das mercadorias do shopping. A igreja foi representada por um empresário sócio do shopping (e se pronunciou como empresário). O movimento formigueiro e diversos públicos foram escutados.

No mesmo mês, a Prefeitura indicou que realizaria um trabalho integrado com as Secretarias de Turismo, Limpeza Pública, Meio Ambiente, Cultura, com a companhia de energia elétrica, e com a Guarda Civil, para salvaguardar o patrimônio histórico que representa o local⁷. O blog de notícias Jornalismo Cultural⁸ capturou a ação da

⁷ <http://chicoterra.com/2014/08/06/forca-tarefa-formada-por-orgaos-municipais-e-estaduais-busca-revitalizar-o-largo-dos-inocentes/> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

Secretaria Municipal de Manutenção Urbanística (Semur) da Prefeitura: a remoção dos bancos que existiam no formigueiro.

Figura 3. destruição dos bancos pela Semur



Fonte: Blog Jornalismo Cultural

Figura 4. Foto Reportagem



Na tentativa de barrar o vandalismo que vem destruindo o Largo dos Inocentes, no centro de Macapá, também conhecido como Formigueiro, a Guarda Municipal e a Confraria Tucuju se juntaram para colocar em prática projetos sociais voltados para os jovens, principalmente os que vivem em risco social.

Fonte: Seles Nafes

O discurso político da responsabilidade social e do projeto cultural está atrelado ao controle e vigilância, ao policiamento dos jovens e do enquadramento em ordens e normas. O espaço público é mercantilizado por um culturalismo de mercado, pelo advento do urbanismo, do consumo de lugares. Não estamos tratando de um ato de

⁸ <http://vamosfalar-jornalismocultural.blogspot.com.br/2014/08/macapa-bancos-do-formigueiro-foram.html> último acesso em 03 de fevereiro de 2015

compra, mas de um consentimento pela publicidade (ou publicações de notícias). “Fato é que esta publicidade ‘macro’ é decisiva para fechar a *cadeia produtiva do estilo de vida dominante nas cidades* – articulando o consumismo ‘das famílias’ ao padrão macroestrutural de utilização do espaço” (Acselrad, 2013: 238).

A Confraria Tucuju, claramente, possui uma compreensão sobre o uso do espaço para os festejos religiosos e comemorativos da tradição da cidade. Entretanto, a tradição não é algo posto em debate, para compreender não só a sua historicidade como a sua atualização presente dos que frequentam e consomem diariamente o lugar; o modo de vida noturno daqueles que usam preto, tocam violão, comercializam o álcool, fumam maconha, gritam em cantos ou conversas. Esse é um pouco do cenário encontrado durante as atividades disciplinares.

Figura 5. Presidente da Confraria Tucuju, Telma Duarte



Fonte: Seles Nafes

2. A cultura como discurso de distinção e segregação da cidade.

O surgimento de uma hierarquização das formas culturais não demorou a preocupar os intelectuais britânicos. A divisão tripartite da cultura (refinada, medíocre e brutal) aparece, na verdade, nos escritos do inglês Matthew Arnold (1822-1888) em seu livro *culture and anarchy*, publicado em 1869 e reeditado pela Universidade de Cambridge em 1935, data significativa (Mattelart, Mattelart, 1999: 102).

O debate sobre baixa, média e alta cultura perdurou utilizando-se de outras terminologias mas sempre culminando no processo de distinção e valorização sobre produtos, obras, comportamentos, etc. O processo faz ebulir lutas e conflitos sociais entre culturas e modos de vida, que estão intimamente ligados a uma formação de classe. Entretanto, sem nos afundarmos em um marxismo ortodoxo mas compreendendo a problemática de classe ainda presente, queremos ressaltar neste texto a diferenciação

de grupos e sobrevivência no espaço social a partir do conflito cultural. Os elementos constitutivos de projetos políticos, de uma cultura política, instituem reconfiguração do espaço público e legitimidades para a circulação de pessoas. O status de classe representa uma evidência da privatização do espaço público.

Um espaço público hodierno dado aos nobres e letrados, racionalistas do iluminismo, funcional e centralizador das inovações tecnológicas e urbanas. O mundo da vida racionalizada pretende universalizar normas de ação e generalizar os valores culturais que se constituem em direitos e princípios do indivíduo racional, segundo leis e normas internas, teorias da moral e a institucionalização da empresa capitalista e do Estado burocrático. É a geração na lei e na jurisdição de um modo de comportamento, uma moral, funcionando como um acordo social pelo bem. Essa construção de pensamento constitui-se a partir de componentes como belo ou único, de uma visão marcada pelo racionalismo e positivismo lógico.

Os pensadores iluministas deram ao homem a condição de um ser racional que o coloca em uma posição privilegiada de “natureza humana”, que sai de um estado selvagem para a vida coletiva de governo. Contraditoriamente, pensavam o sujeito como um ser objetivamente dado, guiado pela razão capaz de pensar no bem comum acima da vontade individual. Entretanto, os modos de racionalidade científica passam a sobrepor-se aos modos de racionalidade humanas e comunitárias, de vivências cotidianas dos diferentes sujeitos em diferentes experiências, marginalizando-os. O elitismo científico e cultural promove um domínio e exercício de poder.

Nietzsche, em sua obra *Genealogia da Moral* (1998), examina e critica os valores morais, estabelecidos segundo critérios de validade de uma categoria social que emite um juízo moral. O autor elenca referências para uma crítica da cultura que dá a conhecer ciência e moral como formas de expressões ideológicas de uma vontade de poder. Ressalta o autor que o próprio valor desses valores deve ser colocado em questão: “sob que condições o homem inventou para si os juízos de valor ‘bom’ e ‘mau’? E que valor tem eles? Obstruíram ou promoveram até agora o crescimento do homem?” (Nietzsche, 1998: 9). Como reconhecer o que é bom e mau para o homem ou para a sociedade? O que define o bom cidadão ou o mau cidadão?

Ser moral, ter bons costumes, ter virtude, tudo isso significa estar de acordo com alguma norma ou regra, estar obediente a uma lei ou tradição. Moralidade e imoralidade passam pelo dano ou caridade diante do próximo. Ser mau é ser imoral, não ter moral, resistir à tradição ou à lei. A tradição e as normas são construções das relações entre os

sujeitos. A moral, nada mais é que uma construção social sobre o que é bom ou o que é mau, instituindo em um espaço e tempo tais normalidades. “Foram os bons mesmos, isto é, os nobres, poderosos, superiores em posição e pensamento, que sentiram e estabeleceram a si e a seus atos como bons, ou seja, de primeira ordem, em oposição a tudo que era baixo, de pensamento baixo, e vulgar e plebeu” (Nietzsche, 1998: 19).

A genealogia nietzscheana analisa a origem humana dos valores, revelando uma noção de transcendência do bem e da verdade, evidenciando bem e mal como criações humanas. Certamente, legitimando a ocupação e a circulação destes sujeitos nos espaços, como posto na fala do policial que justifica a “cara do bandido”.

Alguns conflitos evidenciam novas leituras do espaço urbano, propõem desenhar uma cartografia cultural autônoma e reivindicam o direito à diferença de forma independente com relação às dinâmicas mercantis da cidade. Trata-se de pôr em evidência a presença, no urbano, das marcas do que é culturalmente diverso e não mercantil, não redutível a relações de consumo, compra e venda; de procurar recuperar na cidade a experiência do encontro entre diferentes histórias e culturas, enfrentando o desafio de afirmar a alteridade, reivindicando o reconhecimento de identidades específicas e de direitos a elas associados: eis o exemplo das experiências de cartografia social de indígenas nas cidades ou de reconhecimento de quilombos urbanos. (Acselrad, 2013: 242)

O indivíduo, chave mestra das reivindicações modernas sobre a racionalidade, em suas potências de produzir conhecimento e controlar a natureza, manifesta a acelerada perspectiva de autonomia sobre os desejos e de proprietários. O liberalismo clássico sustenta e radicaliza sobre o indivíduo possessivo e a privatização do espaço público.

sob a forma do empresário de si próprio, este tipo de sujeito é, por alguns autores, identificado – em sua forma mais acabada – à figura do dependente de drogas, aquele que injeta substâncias químicas diretamente em seus centros nervosos de prazer, sem qualquer mediação – o prazer direto operando como substituto às múltiplas possibilidades de sua inserção no mundo da sociabilidade e da cultura, configurando uma espécie de homo neoliberais, de quem se espera preferir o shopping à cidade não mercantil (Acselrad, 2013: 240).

Os movimentos de resistência à cidade de mercado ou ao culturalismo de mercado, onde a proposição é da venda ou do consumo de lugares pelos seus atrativos de investimentos justificados na cultura ou nos projetos de cultura, são uma afronta às forças hegemônicas. Inclusive, afronta apropriada às mídias reprodutoras dos discursos culturais segregadores, que apoiam e sustentam a desigualdades e a crescente violência. A imprensa ocupada das lógicas de ordem mercadológica e consumista limita a circulação de informação, a vivência comunitária, a interação social e a convivência de

grupos. É uma disputa pela cidade, e ainda, por uma outra cidade e outro espaço público – das pessoas.

3. Crítica ao Jornalismo

O debate do valor cultural propicia a quem não está no centro ter seu sentido negado e deslegitimado, como ocorreu com o popular, que está à margem e que com dificuldades busca se colocar como sujeito e produtor de cultura com valor, ainda que não sejam os mesmos da burguesia. Essas relações entre as culturas e seu meio permitem definir o que as distingue e o que as identifica, permitindo debater para além do sentido “dominado” que carrega a cultura popular diante da hierarquia e hegemonia, e do sentido “dominante” que caracteriza a cultura burguesa. Essas legitimações se dão em um processo de relação entre tais culturas e um meio que interfere na vida social, construindo uma “realidade”.

A crítica jornalística consiste em revelar os pressupostos ideológicos, de valores e crenças e buscar padrões para criticar a cultura, desmascarando a ciência e a moral como formas de expressões ideológicas de uma vontade de poder. É neste espaço que se localiza a resistência social e a ética da imprensa com o dever da liberdade.

Vigiar o poder implica um olhar atento, em perspectiva, sobre as políticas públicas – compreendidas no âmbito da administração do Estado como ação, coordenação, processo e programa com vistas a um resultado. Mais do que cobrir acontecimentos chamativos e vistosos, é necessário identificar a direção das decisões tomadas pelo poder público. Cada vez mais, a sociedade impõe ao profissional de imprensa que, em lugar de jogar holofotes para um evento isolado, saiba apresentar o fato num encadeamento espacial e temporal cujos limites se alargam desafiadoramente (Bucci, 2009: 130).

A reprodução de discursos busca uma fácil assimilação, especialmente quando não questiona, duvida ou contrapõe, ou ainda, descontextualiza o fato da história. As reportagens da grande mídia sobre a violência, os guetos, os suspeitos, os de preto, os bêbados, os vagabundos e preguiçosos tornam-se uma constante, evidenciando apenas um fato isolado e desconexo com as questões ideológicas do mercado, da exploração, das disputas e conflitos da cultura, da cidade. De que lado está o repórter? Quem ele empodera? Quem ele deslegitima?

A difusão deste discurso também difunde e sustenta condições sociais. As cenas de jovens na parede dos fundos de uma igreja fiscalizados e controlados humilha e criminaliza, entretanto, a ação da mídia não questiona aquilo é da sua própria natureza:

a liberdade. Liberdade para circular, para informar, para multiplicar vozes da esfera pública.

A imprensa do não reconhecimento discrimina e desumaniza. O recurso discursivo da tradição ou do patrimônio intocável cabe às estratégias da manutenção de poderes e lugares espaciais postos sobre a cidade e delimitados por proprietários privados do que é público. O risco social aos quais os jovens passam a correr não se trata de sua sociopolítica fragilizada nas relações sociais da cidade, mas o risco é da ação policial sobre suas próprias vidas.

Conclusões

O início desta pesquisa indica um vasto campo de análise possível, desde a terminologia e os poderes políticos das palavras, do discurso assim como as políticas inseridas nas relações de corpos, circulantes e ocupantes de espaços. O material recolhido focou em reportagens dos portais eletrônicos, entretanto, muito ainda existe acerca do tema e dos movimentos, como o #OcupaFormigueiro, organizado pelo Bloco das Lutas. Considerando nossa intenção de realizar uma crítica ao jornalismo e sua prática, discutimos a questão ética e política da produção, entendendo ter finalizado uma primeira etapa.

No que tange a educação para os meios e o ensino de jornalismo, também se abre um leque de estudos sobre as mediações das mídias e a composição da experiência dos sujeitos e, especialmente, dos estudantes do curso. Além de formação de opinião pública e sustentação de um sistema político violento e da guerra, o jornalismo deve criticar-se continuamente para atualizar-se sem esquecer de sua natureza anterior às psicologias e sociologias das ditaduras européias e às pesquisas administrativas norte-americanas: a busca pela liberdade, pelo grito da manchete que faz transparecer o segredo e o escondido dos poderes, das opressões, das submissões. O jornalismo, desde o seu ensino até sua prática, deve denunciar a desregulação social instaurada com governos e grupos sociais que corrompem a vida humana.

Bibliografia

- Achselrad, H. (2013). Cidade – espaço público? Em *Revista UFMG*, 20(1), 234-247.
- Bucci, E. (2009). *A Imprensa e o dever da liberdade*. São Paulo: Contexto.
- Mattelart, A., Mattelart, M. (2004). *História das teorias da Comunicação*. 7ª ed. São Paulo: Edições Loyola.
- Nietzsche, F. (1998). *Genealogia da Moral: uma polêmica*. São Paulo: Companhia das Letras.

Silva, S. (2013). Silêncio sobre o “Largo dos inocentes”: modernização e esquecimento em Macapá. Em *Anais da IX Semana de História*, de 02 a 06 de dezembro, Macapá. Universidade Federal do Amapá.

Agradecimentos

Aos alunos da disciplina Comunicação Comunitária (Turma JOR 2012) e aos bolsistas da Iniciação Científica, Mônica Ribeiro e Iuri Oliveira Ramos. Ao aluno Eliezer Trindade pelo livro *A imprensa e o dever da liberdade*.

Biografia

Lylian Rodrigues é professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá, investigadora em duas linhas de pesquisa: cultura e tecnologia, buscando compreensões acerca das mediações da mídia; experiência e comunicação, discutindo aspectos da política e da comunidade. lylian.rodrigues@gmail.com

Comunicação, Educação e Direitos Humanos: um deslocamento de referencias

Communication, Education and Human Rights: a shift references

Ademilde Silveira Sartori, Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC, Brasil

Resumo

O Brasil que acordou em 13 de junho de 2013 foi diferente daquele país que dormiu no dia anterior. Havia um compromisso diferente para a população naquele dia: haveria um exercício de cidadania no encontro presencial nas ruas das cidades brasileiras. A cidadania pressupõe o direito à educação e à comunicação. Na cidadania, educação e comunicação se cruzam. Nesse sentido, o debate a que nos propomos aqui vai ser ancorado no tripé: “Deslocamentos na concepção de comunicação”, “Deslocamentos nos modelos de comunicação no sistema educacional” e “Educomunicação e cidadania: o deslocamento das referências”. Pensar as mudanças nos modelos de comunicação dos sistemas escolares situa a escola nos processos sociais. Talvez dessa maneira possamos entender por que, no Brasil, na década de 1970 falávamos em recursos didáticos, na década de 1980 falávamos em novas tecnologias da comunicação e da informação e atualmente se discute a inserção das mídias na escola. A mudança dos termos deve-se ao deslocamento das referencias: em 1970, a preocupação principal era o planejamento, nesse sentido o importante eram os recursos, quer fossem tecnológicos, financeiros ou humanos; em 1990, a preocupação principal era a infraestrutura, nesse sentido o importante era pensar nas maneiras de usar essa ou aquela tecnologia e em equipar as escolas; a partir da década de 2000, a mídia entra de vez na sala de aula e passamos a nos preocupar com a criação/incremento de ecossistemas comunicativos.

A discussão se desloca do uso instrumental da mídia, dos dispositivos de comunicação e das ferramentas disponíveis na internet para processos comunicacionais que oportunizem processos significativos para os que dele participam. O deslocamento dos termos relacionados à escola acompanha as mudanças das práticas sociais, pois a sociedade, por sua vez, vive processos de cidadania cada vez mais participativos, por intermédio das mídias sociais. O desafio que se apresenta para entendermos a cidadania como o lugar no qual se entrecruzam a educação e a comunicação pauta-se pelo deslocamento de nossas referências. Para demonstrar seu compromisso com os Direitos Humanos e com as mudanças sociais, a educomunicação deve enfrentar, ao mesmo tempo que em que os propõe, os deslocamentos das referencias apresentadas. No âmbito da comunicação, deve compreender as mudanças na recepção, audiência, emissão, usuário, como um novo universo simbólico e de práticas sociais com repercussões políticas, estéticas, estruturais, econômicas e educacionais. No âmbito da educação, a educomunicação deve compreender como essas mudanças interferem/colaboram para a inserção crítica e criativa das pessoas no mundo, e, principalmente, como a participação nesse contexto comunicacional exige novas aprendizagens. Enfim, o desafio que se apresenta para a educomunicação é compreender as dinâmicas dos ecossistemas comunicativos contemporâneos, e de igual modo, criá-los, pois para comunicar precisamos aprender a ser comunicadores. Aí está o desafio da educação e da comunicação nos nossos dias: ser educomunicação.

Palavras chaves

Educomunicação; mudança social; direitos humanos.

Abstract

The Brazil that woke up on June 13th 2013 was different from the one that slept the previous day. In that day, there was a different commitment for their people: there would be an exercise of citizenship in the encounter on the streets of Brazilian cities. Citizenship implies the right to education and communication. Citizenship, education and communication intersect themselves. In this sense, the debate that we propose here will be anchored on the tripod: “Shifts in the model of communication”, “Shifts in patterns of communication in the educational system” and “Educommunication and citizenship: the displacement of the references”. To think about changes in the communication of the school’s system locates the school within social processes. This might allow us to understand why in Brazil in the 1970s we spoke on teaching resources, in the 1980s we spoke on new technologies of communication and information and nowadays we debate about the inclusion of media in school. The change of terms is due to the displacement of references: in 1970 the main concern was planning. In this sense, the resources were important, no matter if they were technological, financial or human. In the 1990s the main concern was infrastructure: it was important to think of ways to use this or that technology and equip schools. From the 2000s the media came into the classroom and we started to worry about the creation/increase of communicative ecosystems.

The discussion moves from the instrumental use of media, communication devices and tools available on the Internet for communication processes that make possible meaningful processes for those who participate in it. The displacement of the terms related to school follows changes in social practices because society lives increasingly participatory citizenship processes through social media. The challenge to understand citizenship as the place in which education and communication are intertwined is guided by the displacement of our references. To demonstrate its commitment to human rights and social change, the “educommunication” must face. At the same time it proposes the displacements of the references presented. The communication must understand the changes in reception, audience, emission and user as a new symbolic universe of social practices with political, aesthetic, structural, economic and educational implications. Within education the educommunication must realize how these changes interfere/collaborate for a critical and creative integration of people in the world, mainly to understand that participating in this communication context requires new learning. Finally, the challenge posed to educommunication is to understand the dynamics of contemporary communication ecosystems and raise them, because we need learn to be communicators in order to communicate. That is the challenge of education and communication in our day: to be educommunication.

Key words

Educommunication; social change; human rights.

Biografia

Dra. em Ciências da Comunicação pela USP. Professora do PPGE da UDESC.
Brasil. E-mail: ademildesartori@gmail.com.

La comunicación como estrategia para el cambio social en la universidad. Caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú
Communication as a strategy for social change in the university. Case of the Pontifical Catholic University of Peru

Evelyn Luna Victoria Vargas, Universidad Católica del Perú

Resumen

La responsabilidad social universitaria tiene como objetivo responder a las demandas del país y los impactos que uno genera como institución en la sociedad y el entorno. En este sentido, se establece un vínculo horizontal y colaborativo entre la universidad y la sociedad. La comunicación genera ese vínculo horizontal entre los actores de la sociedad y crea el espacio oportuno para intercambiar mensajes y significados. Es decir, la comunicación es una estrategia imprescindible para hablar del cambio social.

Sin embargo, esta estrategia comunicativa debe ir acompañada de metodologías sociales que la direccionen a un proceso de diálogo, consenso, construcción y aprendizaje que asegure el cambio social. La metodología “Participativa” y la metodología “Aprender Haciendo” (*learning by doing*), en el caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), han dado como resultado que la universidad y la sociedad se involucren en la construcción de conocimiento y la realización de acciones que respondan a las demandas del país. En este proceso interiorizan, comparten y se comprometen en la ejecución de iniciativas cuando éstas son concebidas, diseñadas y ejecutadas con la participación activa y democrática de la población y que a su vez generan valiosos aprendizajes que repercuten en su formación personal y profesional. Es decir, aprenden mediante la acción cooperativa y el diálogo.

Se ha desarrollado la comunicación dirigida por estas metodologías en actividades de responsabilidad social de la PUCP tales como el trabajo con grupos de estudiantes para la creación de un festival de responsabilidad social universitaria y una feria ambiental, el trabajo colaborativo con la federación de estudiantes para la planificación de competencias de reciclaje, la vinculación con cursos de la universidad para elaborar videos sensibilizadores.

Palabras clave

Responsabilidad social; comunicación estratégica; metodología participativa; metodología de aprender haciendo.

Abstract

The university social responsibility's main objective is to answer to the demands of the country and impacts it generates in society and the environment.

For that, a horizontal and collaborative link between the university and society has to be establish. Communication is what generates the horizontal linkages between actors of society and also make the appropriate space to exchange messages and meanings. Therefore, communication is an important strategy for talking about social change.

However, this communication strategy should be accompanied by social methodologies that routed to a process of dialogue, consensus building and learning to ensure social change. “Participatory” approach and methodology “Learning by doing”, which in the case of the Pontifical Catholic University of Peru (PUCP), have resulted in the university and society working together to build knowledge with the

implementation of measures that meets the demands of the country . In this process, they internalize, share and engage in the implementation of initiatives when they are conceived, designed and executed with the active and democratic participation of the population and that, in turn, generates valuable lessons that affect their personal and professional development. That is, learning through cooperative action and dialogue.

We have developed the communication addressed by these methodologies in social responsibility activities in which PUCP worked with groups of students to create a festival of university's social responsibility and environmental fair, collaborative work with the federation of students for planning recycling competitions, linking with college courses to develop sensitizing videos.

Keywords

Social responsibility; strategic communications; participatory methodology; methodology of learning by doing.

Introducción

En los últimos años, el número de organizaciones que desarrollan y promueven la Responsabilidad Social (RS) ha ido creciendo y se está dejando atrás la visión de que las actividades filantrópicas y de inversión social tienen que ver con el tema. Las grandes empresas están comenzando a cambiar su estructura organizacional e incluyen la RS como una forma de gestión. Las pequeñas y medianas empresas, están empezando a interesarse más en estos temas y desarrollan ya algunas actividades. El movimiento de Responsabilidad Social ha llegado también a las universidades de América Latina, quienes están creando y debatiendo su propio enfoque de la “Responsabilidad Social Universitaria” (RSU). Asimismo, en julio del 2014 el gobierno peruano promulgó la Ley 30220, Ley Universitaria que exige a todas las universidades peruanas invertir en Responsabilidad Social.

Bajo este contexto, desde julio del 2004, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) desde la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS)¹ viene desarrollando la RSU. Entendida como un eje central de gobierno que busca construir una relación dinámica, permanente y de mutuo beneficio entre la universidad y la sociedad. La comunicación juega un rol importante en la DARS, vista como un eje transversal a sus líneas de trabajo que buscan la transformación y el cambio social. Entendemos la comunicación como un proceso estratégico en el cual se establece un vínculo con actores de la sociedad y se genera el espacio oportuno para intercambiar mensajes y significados, dejamos de lado la perspectiva de que el componente

¹ Más información en: <http://dars.pucp.edu.pe/>

comunicativo es una herramienta que se encarga únicamente de la difusión y la organización de información. “Informar o difundir algo, no es comunicación porque no se está en la situación de construir una relación horizontal con las audiencias” (Chaparro, 2009).

Este texto trata sobre como la comunicación direccionada bajo metodologías adecuadas puede facilitar el cambio social en las estrategias de responsabilidad social con estudiantes universitarios desde la experiencia de la PUCP. Es decir, tiene como objetivo evidenciar el impacto de la comunicación interpersonal, la construcción participativa y el aprendizaje obtenido del hacer RSU. Así mismo, se quiere impulsar que para futuras actividades de responsabilidad social universitaria (RSU) las universidades puedan incluir dentro de su planificación la comunicación como una estrategia transversal para el cambio social.

1. La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y el cambio social

La RSU se basa en reconocer la capacidad de la universidad para contribuir a la solución de diversos problemas sociales apuntando a un desarrollo humano sostenible, al reconocimiento positivo de la diversidad y al cuidado del medio ambiente; y a su vez reconocer también la capacidad de aprendizaje y de generación de nuevos conocimientos para la universidad en esta contribución. Según el modelo educativo de la PUCP en el 2011: “La responsabilidad social universitaria es un compromiso con las necesidades y aspiraciones de nuestra sociedad que nos impulsa a hacer del conocimiento un puente hacia el desarrollo humano sostenible”.

Desde esta perspectiva, la RSU es transversal a las tareas fundamentales de la universidad (formación, investigación y compromiso público) y contribuye a la consolidación de sus valores fundamentales como la justicia, el pluralismo, la solidaridad y el respeto por la dignidad de la persona.

Vallaey (2008) define a la RSU como una “política de mejora continua de la universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante cuatro procesos: gestión ética y ambiental de la institución; formación de ciudadanos responsables y solidarios; producción y difusión de conocimientos socialmente pertinentes; participación social en promoción de un desarrollo más humano y sostenible”. Asimismo, dicha gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la Universidad genera, debe entrar en diálogo

participativo con la sociedad para promover el desarrollo humano sostenible. (Vallaey et al., 2008)

Las universidades se convierten así en agentes del cambio social ya que asumen como parte de sus responsabilidades trabajar para mejorar la realidad. Cabe resaltar que “la participación en experiencias de RSU abre la posibilidad de aprendizajes significativos, anclados en una experiencia de vida y vinculados con resultados concretos” (PUCP, 2011).

En la PUCP sabemos que “vincular la formación con la realidad es relacionar a los estudiantes con su sociedad y comprometerse con el desarrollo” (PUCP, 2011). Es así como en la DARS, se comienzan a crear y pensar en estrategias que acerquen a los estudiantes con las necesidades de la sociedad y puedan establecer vínculos horizontales de colaboración para generar el cambio.

2. La RSU y la comunicación

Entendemos la comunicación como un proceso estratégico en el cual se establece un vínculo con personas y se genera el espacio oportuno para intercambiar mensajes y significados. Cabe resaltar, que no estamos refiriéndonos a informar o difundir algo, ya que no se está construyendo ninguna relación.

La comunicación es el recurso más importante en cualquier tipo o forma de organización: “La comunicación interpersonal (cara a cara), sirve para marcar objetivos y tácticas, para reportar problemas y dificultades, en definitiva para dar cohesión, fluidez, flexibilidad, coherencia, energía, motivación y empuje al equipo. Es el combustible sin el cual no puede funcionar el motor que moviliza toda organización” (Pájaro, 2009).

Por ende la comunicación es un eje transversal y estratégico si es que se quieren desarrollar actividades de responsabilidad social, ya que es quién genera un vínculo horizontal entre los actores de la sociedad y la universidad. En síntesis, la comunicación es una estrategia imprescindible para hablar del cambio social.

Sin embargo, hay que saber cómo comunicar y cómo utilizar correctamente la comunicación como una estrategia efectiva para lograr nuestros objetivos. Por lo que consideramos debe ir acompañada de metodologías sociales que la direccionen a un proceso de diálogo, consenso, construcción y aprendizaje que asegure el cambio social. Si no se toma en cuenta la comunicación como una estrategia y no se valora el impacto

que tiene en la RSU, es posible que nos cueste más trabajo lograr desarrollar actividades y proyectos para responder a las demandas y necesidades de la sociedad.

2.1 Metodología participativa en actividades de RSU

Este enfoque consiste en involucrar a la comunidad universitaria en todo el proceso de diseño, ejecución y difusión de una estrategia o un proyecto. Esto tiene como objetivo que el público participe en su elaboración, lo haga suyo, se identifique, desarrolle una actitud favorable y sobre todo, se comprometa para impulsarlo y llevarlo a la práctica. Si eso no ocurre, se habrá avanzado en estructurar un proyecto o actividad, pero se habrá hecho muy poco para facilitar la interiorización del tema. Las principales características de la metodología participativa son: lúdica, interactiva, creativa, flexible, fomenta la conciencia grupal, es formativa, promueve el compromiso y prioriza el proceso.

La metodología participativa tiene un gran impacto en la comunicación de la universidad y la sociedad ya que establece un vínculo democrático para debatir, dialogar y llegar a un consenso. De esta manera se convierten en actores clave de su propio desarrollo y van adquiriendo un protagonismo cada vez mayor en el análisis de su propia realidad, en la toma de decisiones y en la ejecución de actividades para cambio social (Arnanz, 2011).

2.2 Metodología aprender haciendo en actividades de RSU

Esta metodología es la enseñanza orientada a la acción que supone que una o varias personas desarrollen u organicen alguna actividad y que en ese proceso generen aprendizajes valiosos. Aristóteles decía “Lo que tenemos que aprender a hacer, lo aprendemos haciendo”. Según Schanks, este tipo de aprendizaje es natural y por lo tanto tiene una capacidad transformadora ya que proyecta los intereses de la personas. Los aprendizajes se dan en todo momento, sin embargo al finalizar la realización de una acción, es ahí donde se propicia el espacio idóneo para la autorreflexión y el análisis en conjunto (Rodríguez, 2013).

Al desarrollar una metodología participativa en actividades de RSU, es inherente que a partir de esta se esté construyendo aprendizajes significativos, anclados en una experiencia de vida y vinculados con resultados concretos. Es decir, la metodología participativa tienen como consecuencia propiciar la metodología aprender haciendo. Esta última impacta en la comunicación con la universidad y la sociedad ya que

establece un vínculo de aprendizaje en conjunto, mediante la acción cooperativa y el diálogo, que repercuten en su formación.

La formación personal y profesional no solo está marcada por la carrera que se estudia, por los libros que se lee, por las charlas que se escucha, sino también por las experiencias que se vive. Cada acción al llevarse a cabo brinda experiencias que culminan en un aprendizaje educativo. El guiar y acompañar esas acciones como DARS nos permite también poder guiar y acompañar el aprendizaje que resulta de la ejecución de esas acciones.

3. Caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú

La Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) es la instancia de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) encargada de desarrollar, acompañar, promover, articular y difundir iniciativas de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Para cumplir con lo mencionado anteriormente, la dirección plantea diversos programas, proyectos y actividades desarrollados con y para la comunidad universitaria (estudiantes, docentes, administrativos) y la sociedad en general.

La comunicación es un eje transversal a estas actividades y se busca aplicar la metodología participativa y a metodología de aprender haciendo. A continuación, se mencionarán algunos ejemplos:

3.1 Feria Ambiental

3.1.1 La estrategia

Se desarrolla todos los años una feria ambiental llamada “Eco Feria PUCP” con el objetivo de fomentar reflexión sobre el cuidado del medio ambiente a través de una propuesta dinámica que colabore en la generación y puesta en marcha de iniciativas que involucren a la comunidad universitaria. La feria es una plataforma estratégica de comunicación, que busca sensibilizar, reconocer y visibilizar iniciativas de la comunidad universitaria en torno al cuidado del medio ambiente articuladas bajo la premisa de ser un evento organizado de manera colaborativa y bajo los criterios de metodología participativa y aprendizaje vivencial.

3.1.2 Los resultados

Se generó gran cantidad de participación estudiantil ya que se hizo un especial énfasis en fomentar productos creados por estudiantes especialmente para feria como videos ambientales, presentaciones e intervenciones y la línea gráfica del evento. En estos casos, más enriquecedor que el producto era el proceso de construcción del mismo ya que conllevaba a que los estudiantes investiguen, reflexionen e interioricen el tema.

Como resultados cuantitativos de la participación y movilización estudiantil se obtuvo lo siguiente en el 2013: más de 3.000 personas asistentes a la feria, más de 200 personas participaron de los talleres ambientales, 177 estudiantes desarrollaron productos comunicaciones para el evento, dos centros federados de facultades y una agrupación estudiantil interdisciplinaria se organizaron para presentar distintas actividades ambientales y una oficina de promoción cultural de una facultad articuló todo una semana de actividades al programa del evento.

3.2 Competencias de reciclaje

3.2.1 La estrategia

Todos los años se organiza con los centros federados de las facultades de la universidad y con la Federación de Estudiantes competencias de reciclaje de papel y botellas de plástico que buscan promover entre los estudiantes la correcta segregación de los residuos en los tachos del campus y sensibilizarlos sobre la importancia del reciclaje.

Estas competencias son plataformas estratégicas de comunicación, que busca informar y sensibilizar sobre los beneficios de sociales y ambientales del reciclaje para así generar movilización y buenas prácticas ambientales. Se busca en todo momento reflexionar sobre el tema con los estudiantes desde la creación conjunta de la propuesta, la elaboración de los mensajes y la ejecución de la actividad aplicando la metodología participativa y la metodología de aprender haciendo.

3.2.2 Los resultados

Se logró que cada centro federado sea promotor del reciclaje con los alumnos de su facultad. Asimismo, por lo menos dos veces al año promueven la recolección masiva de papel y botellas de plástico que además de ayudar al medio ambiente significa el financiamiento de programas sociales.

Como resultados cuantitativos de la participación y movilización estudiantil, en el 2013 se recolectaron en dos semanas 8 toneladas de papel que significó 42 árboles salvados de la tala y el financiamiento de 4 becas educativas para niños con escasos recursos y/o discapacidad. Además, en el 2014 se recolectaron 1 tonelada y media de botellas de plástico que significó menos contaminación para el ambiente y el financiamiento de máscaras para el tratamiento de un año de 18 niños con quemaduras.

Conclusiones

- La comunicación es una estrategia imprescindible para hablar del cambio social. Sin embargo, esta estrategia comunicativa debe ir acompañada de metodologías sociales que la direccionen a un proceso de diálogo, consenso, construcción y aprendizaje que asegure el cambio social.
- La metodología Participativa tiene un gran impacto en la comunicación de la universidad y la sociedad ya que establece un vínculo democrático para debatir, dialogar y llegar a un consenso. La metodología del aprender haciendo impacta en la comunicación con la universidad y la sociedad ya que establece un vínculo de aprendizaje en conjunto, mediante la acción cooperativa y el diálogo, que repercuten en su formación
- En este proceso interiorizan, comparten y se comprometen en la ejecución de iniciativas cuando estas son concebidas, diseñadas y ejecutadas con la participación activa y democrática de la población y que a su vez generan valiosos aprendizajes que repercuten en su formación personal y profesional.

Bibliografía

- Arnanz, L. (2011). *Metodología participativa y cooperación para el desarrollo*. Madrid: Observatorio Internacional CIMAS. Recuperado de: <http://www.cesaveslp.org.mx/administracion%20del%20conocimiento/metodologia%20participativa%20y%20cooperacion.pdf>
- Bacigalupo, L. (2008). La responsabilidad social universitaria: impactos institucionales e impactos sociales. *Revista Educación Superior y Sociedad. Nueva Época*, 13(2), 53-62. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001820/182067s.pdf>
- Chaparro, M. (2009). Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Revista Perspectivas de la Comunicación*, 2(1), 146-158.

- Rodríguez, J. (2010). Responsabilidad social universitaria: del discurso simbólico a los desafíos reales, pp.3-24. En De la Cuesta, M.; De la Cruz, C. y Rodríguez, J.M. (Coords.), *Responsabilidad Social Universitaria*. La Coruña: Netbiblo.
- Rodríguez, P. (2013) El learning by doing de Robert Schank: el aprendizaje ocurre cuando alguien quiere aprender. *Think Big*, 26 de marzo de 2013. Recuperado de: <http://blogthinkbig.com/learning-by-doing/>
- Pájaro, S. (2009). La Comunicación Interpersonal. *Revista Dintel, Seguridad y Políticas Industriales*, 4, 196-198. Recuperado de: <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/Seguridad/SISA/SISA4.pdf>
- Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP (2011). *Modelo Educativo*, editorial PUCP. Recuperado de: <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/2163.pdf>
- Vallaes, F. (2008). Responsabilidad Social Universitaria: una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades. *Revista Educación Superior y Sociedad*, 13(2), 191-220. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001820/182067s.pdf>

Agradecimientos

A Dios y a mi familia por el apoyo incondicional.

Biografía

Evelyn Luna Victoria Vargas, especialista en gestión estratégica de la comunicación certificada por la Universidad San Martín de Porres (USMP), dedicada a la responsabilidad social y comunicación organizacional. Formada como comunicadora para el desarrollo por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y con movilidad estudiantil en la Universidad del Norte de Colombia. Invitada como ponente internacional del Observatorio Regional de Responsabilidad Social (ORSALC) de la UNESCO en México y Paraguay. Ganadora de concursos a nivel nacional y local en la presentación de propuestas de proyectos sociales. Actualmente, se encarga del diseño y producción de estrategias que promueven la responsabilidad social universitaria en la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) de la PUCP. Correo electrónico: e.lunavictoria@pucp.pe.

Generación de espacios de formación y participación del personal administrativo en la Responsabilidad Social Universitaria: Fondos concursables para personal administrativos. Caso de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Generating opportunities for administrative staff participation in University Social Responsibility: Competitive Funds allocation. Case of the Pontifical Catholic University of Perú

Ana Paola Román Carrasco, Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

Para la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es una política institucional orientada a estrechar vínculos entre la Universidad y la sociedad peruana. Entendemos entonces la relación como de doble vía; por un lado, la sociedad genera demandas y apertura de oportunidades de colaboración con la universidad, por otro lado, esta última incorpora en su quehacer académico los aprendizajes que se producen en esta dinámica.

Entonces, la construcción de esta relación se concretiza con la participación de la comunidad universitaria (docentes, estudiantes y personal administrativo) en el diseño y ejecución de proyectos de desarrollo que reconozcan las necesidades de comunidades de escasos recursos, excluidas históricamente y que se encuentran en situación de vulnerabilidad; esto para plantear posibles soluciones en colectivo y con una mirada interdisciplinaria. Para ello, la PUCP, a través de la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS), propone estrategias que se constituyen en espacios de participación para poner en marcha los proyectos e iniciativas de RSU de todos los actores que conforman la comunidad universitaria.

Una de estas estrategias es la de los Fondos concursables dirigidas a estudiantes, docentes y personal administrativo. Desde el 2009, se implementaron estos espacios de participación en la RSU, inicialmente dirigidas a docentes y estudiantes pero, comprendida la importancia del personal administrativo en la vida universitaria y el rol que cumple la administración de la Universidad en impartir una pedagogía invisible (aquella que no es explícita pero que se expresa a través de la convivencia y se transmite a estudiantes y docentes), desde el 2012 se generó el Fondo concursable para el personal administrativo de nuestra universidad.

El fondo consiste en un concurso público que se realiza anualmente. Las convocatorias se difunden en las diferentes plataformas institucionales y buscan subvencionar proyectos de desarrollo que tienen como objetivo responder a las necesidades de poblaciones vulnerables de todo el país. Los proyectos pueden incluir talleres, diagnósticos participativos, capacitaciones, investigaciones, intervenciones culturales, campañas y otros. Según los actores y los tipos de proyecto el monto asignado puede oscilar entre 4000 a 10.000 nuevos soles (1150 o 2900 euros aproximadamente). Debido a esto, los fondos representan una oportunidad de participación democrática en la vida universitaria, propone la transparencia en el uso de recursos económicos, contribuyen con una gestión socialmente responsable de la universidad, además de la generación de nuevos conocimientos y sensibilidades.

Finalmente, en esta ponencia presentaremos la estrategia de los Fondos concursables para el personal administrativo. Explicaremos cómo éstos se constituyen en espacios de formación y participación del personal en la RSU y, además, cómo ésta contribuye a la gestión responsable de la universidad, mejora el clima institucional, el bienestar y promueve este aspecto a nivel personal.

Palabras claves

Responsabilidad social universitaria; oportunidades de participación; formación en el aula exterior; financiación competitiva.

Abstract

For the Pontifical Catholic University of Peru (PUCP), University Social Responsibility (RSU) represents an institutional strategy aimed to strengthen bonds between the University and the Peruvian society. We understand this relationship as two-ways: on one side, the society generates demands and opportunities for cooperation with the university; and, on the other, the University incorporates in its academic work the lessons learned from this dynamic.

Therefore, this relationship is materialized with the participation of the whole university community (teachers, students and administrative staff) in the design and implementation of development projects that recognize the needs of poor communities, historically excluded and who are in vulnerable situation; in order to jointly find solutions with an interdisciplinary approach. To achieve this, the PUCP, through its Academic Office of Social Responsibility (DARS), proposes strategies that create spaces where participation of the entirely university community is promote in order to implement RSU projects and initiatives.

One of these strategies proposes the allocation of competitive funds for students, faculty and staff. Since 2009, these opportunities for participation were implemented in the RSU, initially for professors and students. However, understanding their importance in university life and their role to provide an invisible pedagogy (that which is not explicit but is expressed through living and transmitted to students and teachers), since 2012 PUCP includes the administrative staff in this group.

The competitive funds are granted through a public competition held annually. The calls are broadcasted on different institutional platforms, seeking fund development projects that aim to respond to the needs of vulnerable populations throughout the country. Projects may include workshops, participatory appraisals, research training, cultural interventions, campaigns and others. Depending on the type of actors and projects, the amount allocated may range from 4000 to 10.000 nuevos soles (approximately 1150 or 2900 euros). Because of this, the competitive funds represent an opportunity for democratic participation in university life, offers transparency in the use of economic resources, contribute to socially responsible management of the university, in addition to the generation of new knowledge and sensibilities.

Finally, this paper will present the strategy of competitive funds for administrative staff, explaining how they constitute opportunities for training and staff participation in the RSU and also how this contributes to responsible management of the university, improving institutional climate, welfare and promotes personal well-being.

Keywords

University Social Responsibility; opportunities for participation; training outside classroom; competitive funding; administrative staff.

Introducción

Desde la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) se promueve la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) a través de un conjunto de estrategias que tienen como objetivo el planteamiento de acciones colaborativas, socialmente responsables, que buscan el desarrollo de poblaciones vulnerables de nuestro país. Se busca entonces vincular a los actores que conforman la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) con estas poblaciones promoviendo una ruta de doble vía (ida y vuelta) en donde ambas partes obtienen un beneficio mutuo. En este sentido, se contribuye a la solución de problemas y genera espacios de aprendizaje a través de una interacción horizontal y empática.

Así estas acciones se involucran de manera transversal con las tres tareas básicas de la universidad (formación, investigación y compromiso público). De esta manera, se reconoce a la universidad desde su quehacer como un actor clave en la búsqueda de una sociedad más justa y democrática que contribuye con la disminución de la inequidad, el reconocimiento positivo de la diversidad y el cuidado del medio ambiente.

Desde esta perspectiva, se trata de co-laborar, entendiendo a este concepto como una forma de convivencia e interacción, respetuosa, empática y democrática, entre personas e instituciones, que busca aportar al bien común mediante la construcción conjunta de nuevos saberes, prácticas y sensibilidades. La capacidad de co-laborar se realiza en acciones y proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de comunidades específicas, incluida la comunidad universitaria. Se plantea que los resultados de estas experiencias retornen a la universidad como propuestas de cambio tanto en la formación como en el ámbito laboral.

Se trata así de re-pensar de manera permanente la formación que ofrecemos, la investigación que impulsamos y cómo esto contribuye a proponer una gestión socialmente responsable de la Universidad como organización. Como enfoque transversal, nos interesa permear las distintas esferas de la universidad llegando hacia los distintos actores de la comunidad universitaria (docentes, estudiantes, y administrativos) promoviendo prácticas inspiradas en este enfoque. En este marco, la RSU incluye distintos tipos de acciones entre las cuales se propone:

- El desarrollo de proyectos y acciones que respondan a las necesidades y a la mejora de la calidad de vida de los peruanos y peruanas.

- La creación de condiciones y procesos de colaboración entre la universidad y poblaciones que luchan cotidianamente por el ejercicio de su ciudadanía y su bienestar.
- El desarrollo de la conciencia crítica y el compromiso social en todas las dimensiones de la vida universitaria.

En ese sentido, la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS)¹, unidad de la PUCP encargada de promover y difundir iniciativas de RSU, se encarga a través de sus áreas: Formación e Investigación académica, Desarrollo social, Desarrollo organizacional de identificar y generar las condiciones para que estudiantes, docentes y personal administrativo cuenten con el apoyo, la interlocución y los espacios necesarios que permitan integrar a su vida estudiantil o laboral la investigación y las acciones colaborativas que desarrollen las siguientes dimensiones de la RSU:

- Dimensión equidad (reconocimiento positivo de la diversidad).
- Medio ambiente, sexo-género, discapacidad, autonomía- descentralización, generación y raza-cultura.
- Dimensión igualdad (universalidad).
- Derechos humanos, lucha contra la pobreza, ciudadanía y buen gobierno.

Desde el 2009, se plantea el desarrollo de la estrategia del Fondo concursable, la cual consiste en asignar apoyos económicos mediante un concurso público anual. La difusión de la convocatoria es realizada en las diferentes plataformas de comunicación institucional. Inicialmente, se convoca a Fondos dirigidos a docentes y estudiantes, quienes han puesto en marcha proyectos socialmente pertinentes que colaboran con el desarrollo de una comunidad en situación de vulnerabilidad generando nuevos conocimientos y sensibilidades que repercuten en el currículo manifiesto de la Universidad.

Estas experiencias previas sirven para comprender la importancia del rol que cumple el personal administrativo en la vida universitaria en la promoción de una gestión democrática de los recursos y en la generación de una pedagogía invisible, fuera

¹ Para más información: <http://dars.pucp.edu.pe/>

de aulas, coherente y positiva, razón por lo cual en el 2012 se lanzan los Fondos concursables para el personal administrativo.

A continuación, les presentaremos brevemente algunas de las experiencias propuestas para docentes y estudiantes y posteriormente explicaremos con detenimiento la estrategia de Fondos Concursables para Administrativos.

1. Estrategia de los Fondos concursables

El fondo consiste en un concurso público que se realiza anualmente. Las convocatorias se difunden en las diferentes plataformas institucionales y buscan subvencionar proyectos de desarrollo que tienen como objetivo responder a las necesidades de poblaciones vulnerables de todo el país. Los proyectos pueden incluir talleres, diagnósticos participativos, capacitaciones, investigaciones, intervenciones culturales, campañas y otros. Según actores y tipos de proyecto el monto asignado puede oscilar entre 4000.00 a 10000.00 nuevos soles (1150 o 2900 euros aproximadamente).

Debido a esto, los Fondos representan una oportunidad de participación democrática en la vida universitaria, propone la transparencia en el uso de recursos económicos, contribuyen con una gestión socialmente responsable de la universidad, además de la generación de nuevos conocimientos y sensibilidades.

A continuación presentaré un breve resumen de los Fondos dirigidos a docentes y a estudiantes, previo al desarrollo de la estrategia dirigida al personal administrativo:

1.1 Fondo concursable para estudiantes

Los estudiantes de nuestra universidad se caracterizan por una sensibilidad particular hacia los problemas del país, lo cual los impulsa a pensar y diseñar iniciativas orientadas hacia la mejora de la sociedad; las que contribuyen con sus aprendizajes, haciéndolos significativos y pertinentes.

En este horizonte, la DARS convoca anualmente a un concurso de iniciativas de RSU para estudiantes, las cuales deben tener una clara apuesta interdisciplinaria. La DARS financia las propuestas ganadoras y las acompaña, trabajando con cada grupo de estudiantes, en colaboración con un docente asesor, durante todo el tiempo que dura su ejecución.

Finalmente, los objetivos de esta estrategia aplicada a los estudiantes son:

- Promover el desarrollo de iniciativas diseñadas y ejecutadas por los y las estudiantes de diferentes facultades; que reflejen su compromiso con la ética institucional de RSU, que define la identidad de nuestra universidad.
- Ofrecer espacios de acercamiento e intercambio de los y las estudiantes con la realidad social de nuestro país, contribuyendo con el desarrollo de nuevos aprendizajes orientados hacia la transformación social.

1.1 Fondo concursable para docentes

La DARS promueve la labor docente y de investigación de sus profesores, respaldando y acompañando sus iniciativas de investigación-acción.

El Fondo concursable para docentes tiene como objetivo reconocer y alimentar su larga trayectoria de RSU, así como facilitar la articulación entre ellos para construir interdisciplinariamente nuevas formas de relación universidad-sociedad.

- Vincular la formación y la investigación académica con las demandas de la diversidad sociocultural del país, generando nuevos conocimientos y sensibilidades en la comunidad universitaria.
- Aportar en la construcción de nuevas formas de relación universidad-sociedad a partir de propuestas de co-laboración y de reconocimiento positivo de la diversidad que aporten a una convivencia social solidaria, justa y equitativa.

2. Fondo concursable para personal administrativo

Luego de las experiencias de trabajo bajo el formato de fondos concursables con estudiantes y docentes y el establecimiento de otras estrategias de trabajo colaborativo con estos actores se desarrollaron los siguientes objetivos para el trabajo con administrativos:

- Fortalecer la participación del personal administrativo en la vida universitaria reconociendo sus capacidades y su compromiso con la Responsabilidad Social Universitaria
- Promover el desarrollo de iniciativas diseñadas y ejecutadas por el personal administrativo de la PUCP que respondan a los retos y demandas

del país y redunden en la apertura de la comunidad universitaria hacia diferentes poblaciones y realidades

Para iniciar la implementación de esta estrategia, se llevó a cabo un grupo focal con un grupo representativo de administrativos. Esta actividad se identificó que estas personas no se reconocían como parte (actores) de la RSU y tenían poco conocimiento sobre el concepto y sus ejecuciones. Además manifestaron que las acciones que la universidad realizaba como Responsabilidad Social eran ejecutadas por docentes y estudiantes y que eran filantrópicas, es decir, que no promovían acciones que permitan un desarrollo sostenible de las comunidades vinculadas.

El resultado de este grupo focal permitió establecer una línea de trabajo, un plan de difusión, unos lineamientos y unos criterios de participación que incorporaron información pertinente que permitió lograr el mejor conocimiento de la propuesta y convocar la participación del personal.

Es así que, desde el 2012, se instituyeron los Fondos Concursables para Administrativos (o Concurso de Iniciativas de Responsabilidad Social para Administrativos) que hasta la fecha han organizado tres ediciones consecutivas (del 2012 al 2014) con una participación de más de 30 colaboradores quienes presentaron 43 proyectos de los cuales se eligieron como ganadores a cuatro proyectos en cada edición. Los criterios de elegibilidad son: pertinencia social, alcance, diseño del proyecto y criterio del jurado. El jurado está conformado por una autoridad administrativa, un asesor de la DARS y una persona que formó parte de un fondo ganador en los años anteriores.

Los proyectos ganadores reciben el financiamiento de 4000.00 nuevos soles (1150 euros) para ejecutar la iniciativa según las actividades y cronograma propuestos en el formulario de participación. Adicionalmente, se les asigna a un acompañante de proyecto, generalmente esta persona es parte del equipo de trabajo de DARS y su labor es guiar la ejecución del proyecto en el aspecto de ejecución del financiamiento, el seguimiento en el cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma y en el apoyo en el vínculo con la población vinculada para contribuir a que este sea dialogado, horizontal y empático.

Luego del acompañamiento a la ejecución de los primeros cuatro proyectos en el 2012, se manifestó que las experiencias y los saberes que resultan de la ejecución de los proyectos o iniciativas socialmente responsables no solo impactan de manera positiva

en el desarrollo personal y emocional de cada uno de los actores del vínculo (población y administrativos), sino también impactan en el entorno laboral de este último. Así, se logra un reconocimiento y la participación de sus pares en el proyecto; se recupera, en algunos casos, la motivación laboral y se promueve esta misma en el entorno cercano (pares, jefes, etc.). Se logran impactos no visibilizados inicialmente que tienen que ver con el desarrollo organizacional, el clima laboral de la institución y con las oportunidades de crecimiento personal y laboral del colaborador.

Dentro de los impactos que esta estrategia genera en los participantes encontramos el reconocimiento de la necesidad del vínculo con nuestro entorno social cercano (o no cercano), el desarrollo de sensibilidades, la identificación de una necesidad y el trabajo en ella. Cabe destacar la necesidad en nuestra labor de tener una disposición de apertura en relación a los aprendizajes que se generan en el trabajo de campo con la comunidad y con las propuestas de la comunidad-

Un aspecto que no consideramos de manera consciente pero que hemos podido visibilizar en el camino es la pedagogía invisible o el *ethos* oculto. Según Vallaey, el *ethos* oculto se refiere a que el estudiante aprende en la universidad su carrera, pero también aprende de la universidad los hábitos y valores ciudadanos (democráticos y ecológicos). Es por ello que esta estrategia también aporta respaldo y coherencia a la formación que se imparte en las aulas y fuera de ellas. Se aprende entonces en la universidad y de la universidad, se espera que esto sea realizado y asumido por todos los actores que la constituyen (estudiantes, docentes y administrativos).

También, la apertura de estos espacios de participación del personal contribuyen con la mejora de indicadores que forman parte del desarrollo organizacional en una institución, entendiendo a este desarrollo como el medio utilizado por las organizaciones que buscan la mejora continua dentro de un entorno globalizado y que toma en cuenta el beneficio de sus colaboradores. El factor humano es determinante para el logro de los objetivos y, por consiguiente, del éxito de una organización. De esta manera, el personal siempre tiene que estar motivado e identificado con su institución. Así, estos espacios de participación propuestos a través de los Fondos concursables para administrativos son importantes también para el clima institucional, el bienestar del personal y, por lo tanto, para promover una gestión socialmente responsable de la universidad.

Finalmente, la estrategia de Fondos concursables para administrativos se constituye de forma igualitaria y justa en espacios de reivindicación de pertenencia del

personal administrativo a la universidad ética y socialmente responsable. Estos permiten que se reconozcan como actores, de la misma manera que los estudiantes y docentes, de la RSU.

3. Metodología y detalles de la implementación

Los Fondos concursables otorgan a quienes presentan proyectos de desarrollo social el financiamiento y el acompañamiento en la ejecución de las propuestas ganadoras.

La convocatoria está dirigida al personal administrativo de la PUCP nombrado o contratado (en este último caso, deben tener una antigüedad de un año o más). La iniciativa puede ser presentada de forma individual o grupal. Los grupos pueden estar constituidos por administrativos de diversas unidades. También pueden formar parte del equipo, docentes o estudiantes siempre y cuando el número de administrativos represente como mínimo el 60% de integrantes del grupo.

La metodología comprende los siguientes procedimientos para la implementación de la estrategia:

3.1 Diseño y difusión de la estrategia

- Conocimiento del público (grupo focal).
- El uso de esta herramienta nos permite conocer cuáles son las percepciones, el modo de pensar y sentir de un grupo representativo del personal administrativo a través de las intervenciones colectivas y discursivas sobre el tema específico. Se explora puntualmente si se conoce cuál es el enfoque RSU de la universidad y cuál es el rol del personal administrativo que ellos identifican (o no). También se debe validar la pertinencia de los discursos y formatos que formarán parte de la convocatoria.
- Construcción de lineamientos, diseño del plan de difusión y de los materiales de convocatoria.
- A partir de la información recopilada se hace un análisis de lo mencionado por el grupo para que la construcción de la información (en el caso de la estructura de los lineamientos) y los mensajes (en el caso de la difusión y convocatoria) sean claros y coherentes y animen a la participación.

Además se diseña el plan de difusión según los medios (impresos o digitales) acordes con el público.

3.2 Convocatoria

- Difusión y convocatoria a la primera presentación del formulario de participación.
- Se generan materiales de difusión y se ejecuta el plan de difusión según los medios (impresos o digitales) que se hayan identificado y establecido. Se publican los lineamientos y se reciben los formularios iniciales de los participantes.
- Charla informativa.

El resultado del grupo focal nos permite concluir que es necesario generar un espacio informativo en donde además se puedan generar discusiones y resolver las consultas que éstas generen. Los temas que se deben plantear para esta reunión son los siguientes: ¿Qué es Responsabilidad Social Universitaria? y ¿Cuáles son sus dimensiones?, ¿Cómo elaborar un proyecto social? Se debe dejar en claro cuál es el objetivo de la asignación de estos fondos y el rol del acompañante.

3.3 Asignación de asesores

En esta primera etapa a cada grupo presentado se le asigna un asesor. Esta persona generalmente forma parte del personal de la DARS y tiene como tarea hacer una revisión de la formulación y el contenido social del proyecto y resolver las consultas que el participante tenga.

3.4 Presentación de propuestas finales y deliberación del jurado

Los participantes, luego de la reunión con sus asesores, han podido realizar mejoras en sus proyectos y enviar nuevamente sus formularios para que sean evaluados por el jurado especializado que califica los trabajos bajo los siguientes criterios: pertinencia social y alcance, diseño de la iniciativa y criterio jurado.

Se organiza la reunión de deliberación, se elige a los cuatro proyectos ganadores y se firma el acta en el que figuran los nombres de los seleccionados.

3.5 Publicación de resultados y asignación de acompañantes

Se realiza la publicación en los medios institucionales de la universidad y se pone en contacto al equipo ganador con su acompañante.

3.6 Ejecución y acompañamiento al proyecto

Se establece el rol del acompañante, se gestiona el vínculo y se propone la línea de trabajo. Se realiza la revisión de las actividades y el cronograma. En la etapa de ejecución se espera que el acompañante asista por lo menos una vez al campo con el equipo.

3.7. Entrega de informes finales

Al culminar las actividades programadas en el cronograma, se solicita al participante que llene un informe final y al acompañante una ficha de cierre de proyecto. En este documento se deben colocar los resultados, las dificultades del desarrollo del proyecto y las lecciones aprendidas.

3.8. Ceremonia de reconocimiento

Es importante realizar una actividad que permita visibilizar y reconocer el esfuerzo de aquellos equipos que han ejecutado sus proyectos. Es necesario hacer partícipes de este reconocimiento a sus compañeros y sobre todo a sus jefes inmediatos.

Esto además motiva a que más administrativos se involucren y participen en las convocatorias y que las autoridades feliciten y faciliten la ejecución de estos proyectos.

4. Proyectos ganadores del 2012, 2013 y 2014

4.1 Proyectos ganadores del 2012

En el 2012, doce equipos presentaron sus propuestas. Finalmente fueron 21 colaboradores los que participaron en el concurso. Cuatro de estos equipos resultaron ganadores y pudieron ejecutar sus iniciativas desarrollando invaluable experiencias y, al mismo tiempo, compartiendo saberes y aprendizajes con comunidades amazónicas, jóvenes de Barrios Altos y docentes de colegios nacionales de San Juan de Lurigancho.

A continuación, se presenta la lista y las sumillas de los proyectos:

Tabla 1. Ganadores de los Fondos Concursables para Administrativos 2012

Proyectos	Lugar	Integrantes	Unidad
Radio Salud en el Río Napo	Santa Clotilde, capital del distrito del Napo – Provincia Maynas – Departamento Loreto.	Cynthia Laura Piñas Baldeón	Grupo de Telecomunicaciones Rurales
		César Córdova Bernuy	
		Edwin Leopoldo Liñán Benitez	
Es Fácil Aprender Ciencias Naturales Jugando	IEN 164 “El Amauta” perteneciente a una red de 20 colegios-Director: Jesús Ayón Sarmiento	Moraima Molina Sáez.	Ciencias e Ingeniería Sección Química
		Esther Vadillo Carrasco	
		Ruth Zelada	
Desarrollando capacidades y disminuyendo la brecha digital – una experiencia con docentes asháninkas	Comunidad Asháninka de Arizona Portillo - Distrito de Río Negro, provincia de Satipo - Junín	Margarita Osterling Salas	Dirección de Educación Virtual
		Herminia García Talledo	Red Internacional de Estudios Interculturales (RIDEI)
		Daniel Sánchez Ortiz	
Elaboración y difusión de una guía informativa	Barrios Altos - Cercado de Lima	Teresa Castro Pinto	PROSODE
		Sandy Miyagussuko Shimabukuro	Instituto Riva Agüero
		Juan Miguel Espinoza	Departamento de Humanidades

Fuente: Paola Román Carrasco (2012) y elaboración propia

Radiosalud en el Río Napo

Este proyecto tuvo como objetivo colaborar en la disminución de los niveles de incidencia de enfermedades comunes (EDA's, IRA's y otras) en las localidades de la Cuenca del Río Napo a través de la elaboración de un programa de radio local. El formato del programa y la pauta se trabajaron en colaboración con el Centro de Salud de Santa Clotilde, de manera que se pudiera brindar orientación sanitaria adecuada para prevenir enfermedades comunes en la zona.

Es fácil aprender Ciencias Naturales jugando

Este proyecto planteó generar sesiones de asesoría a los profesores pertenecientes a la Red Educativa N°6-UGEL-05 ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho con el objetivo de colaborar con la elaboración de actividades de laboratorio y materiales educativos que promuevan una mejor enseñanza de las Ciencias Naturales.

Elaboración y difusión de una guía informativa sobre el patrimonio monumental del jirón Junín (Barrios Altos)

El proyecto buscó impulsar que los vecinos del jirón Junín, Barrios Altos, Lima, reconocieran el valor histórico-cultural del patrimonio monumental que los rodea a

través de la elaboración de una guía informativa del espacio en conjunto con las estudiantes de 4to. de secundaria del colegio Señor de la Misericordia.

Desarrollando capacidades y disminuyendo la brecha digital: una experiencia de formación con estudiantes de educación Asháninkas, Nomatsiguengas y Yaneshas de Río Negro

La intervención buscó contribuir con la construcción de nuevas capacidades de aprendizaje para estudiantes indígenas a través del uso adecuado de herramientas informáticas y de internet promoviendo el diálogo y el aprendizaje mutuo entre la comunidad PUCP y los estudiantes indígenas de Río Negro en relación a dichas herramientas y el impacto del internet en sus vidas.

4.2 Ganadores del 2013

En el 2013, fueron quince los equipos que presentaron sus propuestas logrando la participación de 29 colaboradores. Cuatro de estos equipos resultaron ganadores.

Estos proyectos van a permitir co-laborar con comunidades campesinas en Ayacucho, Cusco y Huancavelica. Además permitirán la continuidad y el cierre del proyecto iniciado en el 2012 con la comunidad amazónica del Río Napo.

A continuación, la lista y las sumillas de los proyectos:

Tabla 2. Ganadores de los Fondos Concursables para Administrativos 2013

Proyectos	Lugar	Integrantes	Unidad
Intervenciones públicas para fortalecer mecanismos alternativos de participación ciudadana en distritos rurales	Hualla, Víctor Fajardo, Ayacucho	Vania Melgar Luyo	Centro de Análisis y Resolución de Conflictos
Implementación de sistema audiovisual con energía solar para el PRONOI de CHALLAJE	Anexo de Challaje, Comunidad Campesina de Chaupibanda del distrito de Quehue, provincia de Canas; departamento de Cusco	Carlos Alija Hadzich Marín	GRUPO PUCP
		Cecilia Nalda Carbajal Alencastre	
Radio Salud (Fase II) Agentes Comunitarias de Salud en acción	Santa Clotilde, capital del distrito del Napo – Provincia Maynas – Departamento Loreto	Cynthia Laura Piñas Baldeón	Grupo de Telecomunicaciones Rurales
		Edwin Leopoldo Liñán Benitez	
Desarrollo de Capacidades para la Innovación Social en el Yachaywasi Eco Tecnológico de Huáncano y Pilpichaca	Yachaywasi Eco Tecnológico en Huáncano, Pisco y Pilpichaca, Huancavelica	Urphy Vásquez Baca	Grupo de Apoyo al Sector Rural

Fuente: Paola Román Carrasco (2013) y elaboración propia

Implementación de sistema audiovisual con energía solar para el PRONOI de CHALLAJE

Este proyecto tiene como finalidad implementar un sistema audiovisual para complementar la educación en el PRONOI de Challaje, distrito de Quehue, Cusco. Para ello, se requerirá instalar un sistema fotovoltaico que pueda proveerlos de electricidad. La iniciativa generará además una mejor calidad en la educación de los niños y niñas del PRONOI y un espacio de reunión y entretenimiento para los demás miembros de esta comunidad.

Radiosalud en el Río Napo Fase II – Agentes Comunitarias de Salud en acción

Este proyecto busca capacitar a doce Agentes Comunitarias de Salud (ACS) y al personal de salud del Centro de Salud Santa Clotilde (CSSC) para la elaboración de pautas radiales que serán emitidas a través de la señal de la radio “La Favorita”. Estos programas tendrán como finalidad la promoción de salud, la prevención de la enfermedad, el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades prevalentes.

Desarrollo de Capacidades para la Innovación Social en el Yachaywasi Eco Tecnológico de Huáncano y Pilpichaca

Esta propuesta busca implementar un programa formativo a través de un curso-taller dictado en los Yachaywasís Eco-Tecnológicos ubicados en el distrito de Huáncano, Pisco; y el distrito de Pilpichaca, Huancavelica. El curso-taller busca fortalecer las capacidades de los yachachiqs (maestros) para la elaboración de perfiles de proyectos en energías renovables que satisfagan las necesidades domésticas y productivas de las familias campesinas.

Mecanismos alternativos de participación ciudadana en Hualla – Ayacucho

En el distrito de Hualla, provincia de Víctor Fajardo (Ayacucho), se viene impulsando procesos de participación ciudadana con la finalidad de planificar y ejecutar políticas públicas locales que sean viables y sostenibles. Sin embargo, ciertos grupos de la población quedan fuera por no estar organizados. La iniciativa propone fortalecer mecanismos alternativos de participación ciudadana en los cuales la población vulnerable pueda expresar sus demandas de tal manera que sean tomadas en cuenta en los procesos formales de participación.

4.3 Ganadores del 2014

Fueron 16 proyectos presentados en este año logrando la participación de 40 colaboradores. Cinco de estos equipos resultaron ganadores e iniciaron la ejecución en agosto del 2014. La duración del proyecto debe ser máxima de 8 meses. Uno de los equipos ganadores manifestó que no continuaría con la ejecución del proyecto quedando finalmente 4 seleccionados.

Estos proyectos van a permitir co-laborar con comunidades en Lima (San Juan de Lurigancho, San Juan de Miraflores y Carabayllo) y en Junín.

A continuación, la lista y las sumillas de los proyectos:

Tabla 3. Ganadores de los Fondos Concursables para Administrativos 2014

Proyectos	Lugar	Integrantes	Unidad
Cuento para niños	Junín. Satipo. Río Tambo	Jimmy Alex Mendoza Castro	Fondo editorial
Talleres de capacitación en Gestión Empresarial para comerciantes emprendedores	Mercado Santa Rosa de los Sauces, Urb. Los Jardines de San Vicente, San Juan de Lurigancho	Elizabeth Beatriz Vallejos Mamani	Dirección de Recursos Humanos
		Mauricio Alejandro Zolezzi Salinas	Dirección Académica de Planeamiento y Evaluación
Construcción de la “Biblioteca Comunitaria Ivone Barriga”	AAHH. Nueva Jerusalén, Lomas de Carabayllo. Carabayllo	Guillermo Vásquez Llanos	Sistema de Bibliotecas
Del juego a la risa y la imaginación. Creación de espacios de expresión de proyectos de vida en adolescentes mujeres víctimas de explotación sexual a través del clown.	San Juan de Miraflores. Lima	Fernando Castro Medina	Especialidad de Danza Facultad de Artes Escénicas
		Susana de la Cruz Jacobo	Dpto. Ingeniería - Sección Ing. Mecánica

Fuente: Paola Román Carrasco (2014) y elaboración propia

Talleres de capacitación en Gestión Empresarial para comerciantes emprendedores

El proyecto propone el desarrollo de un programa de capacitaciones que permita el intercambio de conocimientos prácticos de gestión empresarial entre profesionales y comerciantes emprendedores en búsqueda de un aprendizaje mutuo y el empoderamiento de los y las participantes. Además de otorgar herramientas y

conocimientos para generar un bienestar no solo comercial, sino también familiar y social que lo convierte en ejemplo de progreso y cambio.

Estas capacitaciones están enfocadas en grupos de comerciantes de mercados de diferentes zonas emergentes de Lima y del Perú. Esta experiencia en específico se desarrolló con el apoyo de la organización “Acción emprendedora”, los comerciantes del mercado Santa Rosa de los Sauces y los Urb. Los Jardines de San Vicente en San Juan de Lurigancho.

Cuento para niños

La comunidad nativa de Shimabenco, perteneciente a la etnia Asháninca, se ubica dentro del distrito de Río Tambo, en la provincia de Satipo, departamento de Junín. Cuenta con una población bilingüe y se ha constatado que la niñez carece de material bibliográfico educativo bilingüe (asháninca y castellano) de cuentos infantiles en su lengua materna. Esto les permitiría resguardar para las siguientes generaciones aquellas expresiones culturales, ya que las mismas son propias y representan simbólicamente su cosmovisión étnica y el deseo de los mismos pobladores por dar a conocer y compartir recíprocamente aquello.

Del juego a la risa y la imaginación. Creación de espacios de expresión de proyectos de vida en adolescentes mujeres víctimas de explotación sexual a través del *clown*

El proyecto propone un espacio de trabajo sobre las técnicas del *clown* donde los adolescentes que forman parte de un albergue que acoge a víctimas de situaciones de violencia sexual. En este espacio ubicado en San Juan de Miraflores, estas personas pueden expresar e imaginar un proyecto de vida. Lo anterior partiendo de la premisa de que lo primero que se necesita para poder construir un futuro es poder ejercitar la capacidad de imaginar lo que uno desea desarrollando este proceso en un espacio de juego seguro.

Esta iniciativa nace a partir de una experiencia previa desarrollada por la ONG Teatro Vivo de la cual uno de los integrantes de la iniciativa formó parte de esta acción social.

Construcción de la biblioteca comunitaria Ivone Barriga

Se planifica la construcción de la biblioteca comunitaria Ivone Barriga dentro del local de la Escuela Puckllay en Lomas de Carabayllo. La Escuela de Arte y Desarrollo Integral Puckllay viene funcionando ininterrumpidamente desde 2004 en esta comunidad brindando talleres de artes escénicas (teatro, música, danza, circo) y comunicación y atendiendo a niños, niñas, adolescentes y jóvenes de la zona.

El proyecto contempla la construcción de la biblioteca, su implementación (mobiliario, material bibliográfico, equipamiento técnico, puesta en marcha de servicios orientados a la comunidad) y funcionamiento. Estos servicios serán implementados por miembros profesionales de la comunidad PUCP y buscan capacitar a los participantes adolescentes de la escuela para garantizar el sostenimiento de los servicios en el futuro.

5. Conclusiones

Finalmente, consideramos que es necesario fortalecer la participación del personal administrativo a través de la creación de estrategias o la apertura de escenarios en donde puedan presentar iniciativas de desarrollo social dentro del espacio universitario y fuera de él. Esto permitirá tener resultados en distintos aspectos:

- Reconocimiento de los conceptos inherentes en la política de Responsabilidad Social Universitaria: a través de la realización de los proyectos se asumen los conceptos y dimensiones que esta política propone. Además, resulta beneficioso que estos conocimientos sean incorporados mediante el “aprender haciendo” reconociéndose así como actor de la RSU de manera práctica.
- Apertura social: El desarrollo de iniciativas sociales, el (re)conocimiento de las necesidades de otros (comunidades y poblaciones) permite desarrollar sensibilidades y la comprensión de realidades generalmente distintas a la propia.
- Bienestar personal: La ejecución también permite el empoderamiento del personal, muchas veces significa un reto llevar las ideas a la ejecución en el campo, generalmente este trabajo hace repensar la formulación y adaptarla a las necesidades y situaciones reales. Entonces, el participante descubre y desarrolla aptitudes que le permitirán el cumplimiento del

proyecto. Además, esto finalmente motiva a ellos, a sus familiares, a sus pares y a sus jefes.

- Contribuyen al *ethos* oculto: Aporta coherencia a la formación ética que se imparte en la Universidad, así los estudiantes también aprenden de la Universidad los valores éticos.
- Desarrollo organizacional: Para la construcción de una universidad coherente en sus actividades esenciales de formación e investigación, con una gestión socialmente responsable. Estos espacios aportan beneficios en el clima institucional, bienestar de personal, liderazgo y trabajo en equipo.

Bibliografía

- Rodríguez, J. (2010). Responsabilidad social universitaria: del discurso simbólico a los desafíos reales. En De la Cuesta, M.; De la Cruz, C. y Rodríguez, J.M. (Coords.), *Responsabilidad Social Universitaria*, (pp. 3-24). La Coruña: Netbiblo.
- Vallaes, F. (2008). Responsabilidad Social Universitaria: una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades, *Revista Educación Superior y Sociedad*, 13(2), 191-220. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001820/182067s.pdf>
- Valleys, F., De la Cruz, C. & Sasia, P.M. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria: manual de primeros pasos*. México D.F: McGraw - Hill Interamericana Editores. Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35125786>

Agradecimientos

Mi más profundo agradecimiento a Tesania Velázquez, directora de la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) por facilitar la concreción de nuestras propuestas por más imposibles que parezcan. A César Murrieta, mi amigo y compañero en la gestión de los Fondos concursables para administrativos.

Biografía

Ana Paola Román Carrasco es Licenciada en Publicidad por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Diseñadora gráfica por el Instituto Peruano de Arte y Diseño. Realizó el diplomado en Comunicación Corporativa y Fundamentos de Gestión de la Universidad de Piura. Cuenta con experiencia en gestión de la imagen institucional, organización de eventos y trabajo con grupos jóvenes. Actualmente, se desempeña como coordinadora del Área de Comunicaciones de la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS).

¿Qué significa una práctica crítica del desarrollo? El potencial de los espacios educativos informales en la universidad

What is a critical practice in development? Potential of informal learning spaces at universities

Victoria Pellicer Sifres, INGENIO, CSIC- Universitat Politècnica de València
Alejandra Boni Aristizábal, INGENIO, CSIC- Universitat Politècnica de València
Carola Calabuig Tormo, Departamento de Proyectos de Ingeniería, Universitat Politècnica de València

Resumen

La presente investigación explora en qué medida los espacios universitarios externos a las aulas pueden contribuir a desarrollar una práctica crítica en el ámbito del desarrollo. El objeto de estudio se enmarca dentro del programa docente del Máster en Cooperación al Desarrollo de la Universitat Politècnica de València, el cual cuenta con actividades que se realizan fuera del aula, principalmente una Investigación Acción Participativa con organizaciones de la sociedad civil de la ciudad de Valencia, y las Prácticas externas en entidades dedicadas al desarrollo y la cooperación internacional (generalmente en países del Sur).

A lo largo de la investigación se constata que el paso por estas experiencias conduce en parte a algunos elementos de la práctica crítica del desarrollo, entre otros: a percibir la complejidad de los procesos de desarrollo; a desarrollar un compromiso real con la transformación social; a generar reflexividad y autocrítica, identificando incoherencias propias y con una actitud pro-activa para cambiarlas; a adaptarse a contextos diferentes partiendo del respeto y a tomar consciencia de la importancia de las relaciones. Todo ello se ve favorecido por el contacto y aprendizaje de otras realidades y culturas. Otros elementos de la práctica crítica del desarrollo, como alcanzar un claro entendimiento de la dimensión política de dichos procesos, aparecen referenciados aunque en menor medida.

Se ha podido evidenciar cómo enfrentarse a la realidad del desarrollo durante su período formativo, pero desde espacios fuera del aula, permite contrastar la formación recibida, así como desarrollar una serie de capacidades y habilidades proclives a una práctica crítica. Estos resultados pueden a su vez contribuir a generar mayor reflexividad entre el profesorado; revisar los procedimientos definidos para el acompañamiento en estos espacios o bien dotar a los estudiantes de mayores herramientas para su reflexión en aquellos aspectos menos desarrollados de la práctica crítica.

Palabras clave

Práctica crítica; espacios educativos no formales; aprendizaje crítico; desarrollo; transformación/cambio social.

Abstract

This research explores informal learning spaces at universities, outside the classrooms, as they can help to develop a critical practice in the field of development. The object of study is the Master in Development Cooperation in the Universitat Politècnica de València, where activities outside the classrooms are developed, primarily: a Participatory Action Research with civil society organizations in Valencia, and external Practicum in development and international cooperation institutions, generally in the South.

During the investigation, it is found that these experiences lead, in part, some elements of critical development practice, such as: to perceive the complexity of developmental processes; to develop a real commitment to social transformation; to generate reflexivity and self-critical attitude; to adapt with respect to different contexts and to be aware about how important relationships are. Knowing other realities and cultures contribute to it. Other elements of the critical practice in development, such as understanding the political dimension of development processes, are less evident to have been achieved.

It has been shown that facing real life during the academic period, outside the classrooms, have contributed to prove the theory and to develop capabilities related to a critical practice. These evidences can contribute to: generate more reflexivity among master's teachers; to revise advisor's functions and procedures; and to provide to students some guide for reflection on those critical practice's least developed aspects.

Keywords

Critical practice; informal university spaces; critical learning; development; transformation/social change.

Introducción

¿Cómo se produce un aprendizaje que genera una práctica crítica en el desarrollo? ¿Puede darse en la universidad? ¿Dentro o fuera de sus aulas? ¿Son éstas una limitante o son complementarias? Todas estas reflexiones nos las hemos planteado las tres autoras del artículo, las cuales estamos directamente implicadas en el diseño, gestión e impartición del Máster Universitario en Cooperación al Desarrollo de la Universitat Politècnica de València (UPV).

Desde sus orígenes el Máster impartido en la UPV ha tenido como seña de identidad un énfasis en la participación y el aprendizaje crítico, y más recientemente ha ido incorporando con más atención la relación entre lo local y lo global. Todos estos elementos consideramos que conducen, o deberían conducir, a una práctica crítica del desarrollo, lo cual en realidad no tiene una relación lineal causa-efecto; se trata más bien de un proceso muy complejo, ya que en los procesos de aprendizaje intervienen multitud de factores personales, contextuales, sociales, culturales, etc.

Algunos de estos factores han sido abordados en anteriores investigaciones. Por ejemplo, en Belda et al (2012) y en Terol y Frediani (2011), nos preguntamos qué elementos de una práctica crítica del desarrollo se potenciaban durante la etapa formativa del Máster. En Guijarro (2012) se iba más allá y se examinaba esta práctica crítica en egresados/as que estaban trabajando o eran voluntarios/as en el sector de la cooperación.

Sin embargo, lo que no ha sido abordado es el potencial de espacios formativos

fuera de las aulas universitarias como potenciadores de una práctica crítica. Este es el objeto de esta comunicación: explorar cómo y de qué manera el espacio de prácticas externas del Máster y las actividades que se realizan durante el período docente, pero fuera de la UPV, pueden contribuir a construir esa práctica crítica del desarrollo.

1. Marco teórico. La práctica crítica del desarrollo

Excede de los objetivos de este trabajo entrar en profundidad en lo que significa una práctica crítica del desarrollo. Tomaremos, por ello, definiciones dadas en anteriores trabajos (Belda et al, 2012; Boni et al, 2012) y definimos como práctica crítica aquella en la que los y las profesionales toman en consideración la naturaleza compleja y política de los procesos de desarrollo, las relaciones de poder que las caracterizan y los intereses políticos e influencias que existen (Mowles et al., 2008; Pettit, 2010; McCourt, 2008). Esto requiere de capacidades diferentes a las que en ocasiones se plantean en la formación de futuros profesionales del desarrollo y la cooperación, como la de mantener un compromiso político, una responsabilidad con los socios y socias con los que se comparten valores, el poder manejarse con las relaciones de poder, el ser capaz de responder a una realidad cambiante o el poder generar alternativas de cambio, en definitiva un compromiso real con la transformación social (Eyben, 2005).

Estas prácticas, que consideramos que los egresados del Máster como futuros agentes de cambio deberían incorporar, han de ser también creativas y autocríticas (Kaplan, 1999), receptivas, contextuales, flexibles, reflexivas e informadas, por lo que constantemente se puede aprender conjuntamente (Mowles et al., 2008). Asimismo, la capacidad para un aprendizaje permanente y la adaptación son centrales. Los y las profesionales están permanentemente envueltos en procesos individuales y colectivos de aprendizaje experiencial, intelectual y emocional.

2. El Máster en Cooperación al Desarrollo de la UPV

Este Máster¹ nace con el objetivo de dotar a los futuros profesionales del desarrollo de las herramientas para analizar la complejidad creciente de las cuestiones referentes al desarrollo y la pobreza y para poder participar en procesos de desarrollo que tengan como objetivo el cambio social. Su énfasis en la gestión de proyectos y

¹ Para información detallada visitar <http://www.mastercooperacion.upv.es>.

procesos de desarrollo y se inició como máster oficial en 2011, aunque sus antecedentes son el Máster en Políticas y Procesos de Desarrollo, cuya impartición tuvo lugar entre 2007-2011. El perfil del alumnado es muy diverso: predominan las mujeres y las titulaciones de ciencias sociales; la mayoría ha nacido en España, con presencia cada vez más numerosa de personas provenientes de América Latina.

Su duración es de 90 créditos ECTS y suele realizarse en dos años académicos; en el primer año se abordan contenidos teórico-prácticos referidos a las teorías del desarrollo, la cooperación internacional, los procesos de desarrollo, los proyectos de cooperación y la investigación en los estudios en desarrollo. Es en este primer año, en la asignatura de Procesos de desarrollo, donde tiene lugar la investigación-acción participativa (IAP), que es uno de los espacios informales de aprendizaje estudiados en la presente comunicación.

La IAP supone un espacio en el que los estudiantes tienen la ocasión de confrontar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo del Máster con una experiencia real de trabajo en organizaciones de la sociedad civil de la ciudad de Valencia. Lo hacen en equipos de unas cuatro personas. Cada equipo trabaja con una organización diferente a partir de una pregunta inicial que ha sido elaborada, consensuada y formulada con la organización. A partir de ahí comienza un proceso de investigación participativo en el cual los grupos de estudiantes trabajan junto con la organización para dar respuesta a ese interrogante inicial. La experiencia tiene una duración aproximada de unos tres meses, a lo largo de los cuales se planifican una serie de sesiones en el aula para dar algunas pautas sobre el trabajo y posteriormente reflexionar y discutir conjuntamente sobre los progresos o dificultades con los que se van encontrando. Las organizaciones de la sociedad civil que han participado han sido diversas: asociaciones de ciclistas, de vecinos y de inmigrantes (Palau et al, 2015).

Tras finalizar el primer año académico, el estudiantado realiza prácticas externas en entidades dedicadas al desarrollo y la cooperación internacional. Pueden ser en países del Sur o en el entorno local, en universidades, en instituciones internacionales o en entidades no gubernamentales. Suelen tener una duración de entre tres y seis meses, y a lo largo de este tiempo el alumnado cuenta con un/a tutor/a de prácticas en el lugar de destino, así como con el acompañamiento de un/a profesor/a del Máster. Tras este período de prácticas, se realiza el trabajo fin de máster, que en la mayoría de los casos tiene que ver con lo realizado en las prácticas.

3. Metodología del estudio

Definir práctica crítica no es cuestión sencilla. En Belda et al (2012) se apuntaba a tres capacidades que definen una práctica crítica del desarrollo: la capacidad para navegar en la complejidad; comprender y manejarse con el poder y la política y la capacidad de aprender y adaptarse. En Guijarro (2012) se diferenciaba entre visión crítica y práctica crítica y se apuntaban algunos elementos. La visión crítica tenía que ver más con una posición de rechazo al pensamiento hegemónico del desarrollo, mientras que el paso de la visión crítica a la práctica crítica no aparecía como automático y no se daba en todas las personas. Incluso, la visión crítica puede llevar a la parálisis y al rechazo a implicarse en el sector del desarrollo.

En esta comunicación seguiremos un modelo inductivo y, a partir de la realización de un estudio exploratorio basado en una aproximación desde el paradigma interpretativista, exploraremos los espacios de aprendizaje no formales que existen en el Máster: las prácticas externas obligatorias tras la actividad formativa y los espacios de aprendizaje durante el período docente que no se desarrollan en el aula, sobre todo la realización de una investigación-acción participativa (IAP) en el marco de la asignatura Procesos de desarrollo.

Se han revisado todas las memorias de prácticas externas del alumnado de las dos primeras ediciones del Máster (2011/13; 2012/14), así como los materiales elaborados en una sistematización de experiencias de las prácticas de parte del alumnado de la edición 2012/14. Asimismo, se han realizado entrevistas en profundidad a seis estudiantes (dos hombres y cuatro mujeres) de dos nacionalidades, seleccionadas intencionadamente por tener una visión crítica del propio Máster y que hubieran destacado por una capacidad de análisis elevada. Esta información se ha completado con el parecer de los dos profesores responsables de la asignatura donde desarrolla la IAP reflejada en el texto (Palau et al, 2015). Todas las personas entrevistadas han dado su consentimiento para participar en este estudio y en el tratamiento de los datos se ha respetado el anonimato, empleando el código “E-nº” como forma de identificar a las personas entrevistadas.

Somos conscientes de las limitaciones del trabajo, derivadas sobre todo del limitado número de entrevistas. En el momento de redactar estas páginas se está trabajando en una segunda fase del estudio, en el cual se ampliará la muestra.

4. Evidencias

En este apartado se mostrarán primeramente aquellas evidencias relacionadas con niveles de aprendizaje más internos o personales de los estudiantes (lo que han sentido, cómo han actuado, qué reflexión han desarrollado, etc.). Desde este primer nivel de análisis, podemos afirmar con rotundidad que estos espacios se valoran especialmente por parte del alumnado por lo que suponen de contacto con la realidad, de contraste de la formación teórica recibida sobre dicha realidad y de crecimiento personal:

La potencialidad que tienen esos espacios para llegar a la realidad. Una práctica en el aula, más allá del recinto físico, no tiene sentido, sino tiene esa parte de ver cómo confrontar los conocimientos teóricos con lo que se te presenta. (...) Y también el bagaje personal, que no se le da importancia pero se supone que la universidad tiene que ser un instrumento no solo de conocimientos académicos sino también vital. [Entrevista 3, E3]

En relación con lo que los y las estudiantes valoran como aprendizaje de estos espacios, destacan la importancia del trabajo en grupo incorporando diversas perspectivas, incluidas las de aquellas personas consideradas no expertas:

Además, los equipos de trabajo con personas de diferentes formaciones y trayectorias han enriquecido una serie de investigaciones que requieren, además de un rigor metodológico, una multiplicidad de visiones capaces de hacer un análisis certero de una realidad (Palau et al, 2015).

Estos espacios favorecen la reflexión sobre la investigación en el ámbito del desarrollo, produciendo el cuestionamiento sobre quién investiga y para qué y sobre los roles del técnico/investigador de desarrollo en contacto con la población local:

¿Cuál es mi sujeto de investigación? No pueden en ningún momento ser mujeres rurales colombianas si yo nunca he conocido a ninguna... y ¿haciendo 4-5 entrevistas ya está? No puedes conocer así la realidad... y me hizo replantearme muchas cosas sobre qué es la investigación. ¿Para qué es una investigación? (...) Entendí que en esos momentos yo no tenía poder para generar una investigación o entrevistas de otras personas... entonces entendí que mi sujeto de investigación no podían ser personas que yo no había conocido, no tenía sentido... y por eso mi sujeto de investigación pasaron a ser los textos y el discurso de los textos. Cambié el enfoque.... Y ahí entendí muchas cosas. Entendí que si alguna vez yo quería trabajar con personas, tenía que entender punto número 1 el contexto, conocer bien a las personas, cómo se vive ahí, etc... Yo en 4 meses no podía tener claro nada, nada de nada. [E1]

La anterior cita, y otras evidencias identificadas en la investigación, sugieren que se desarrolla una reflexión crítica sobre los propios discursos y actitudes, la identificación de incoherencias y una actitud pro-activa para cambiarlas.

Una mayor comprensión de las interrelaciones Norte / Sur global y la importancia del trabajo en lo local se potencian en estos espacios informales:

Si he estado trabajando y participando en un movimiento vecinal que no es el mío, ¿por qué no puedo hacerlo también en mi ciudad? Igualmente en las prácticas en México, cuando me fui y viví allí, y te das cuenta de que allí eres capaz de hacer otras cosas que en tu contexto no haces. Tienes tantos condicionantes culturales en tu propio contexto que una vez sales de ahí, o de los que no eres tan consciente, que cuando vas te liberas, te sientes otra persona y empiezas a desarrollar otras cosas u otras capacidades que no tienes en tu propio contexto, y creo que esos espacios te los potencia. O por ejemplo a establecer relaciones, yo cuando estaba en lo de Ayotzinapa siempre me acordaba de lo de aquí de Podemos, o lo seguía muchísimo, o los movimientos del 15 M, o esa indignaciones, o hablar con los amigos de allí de que España no era tan diferente...[E3]

Desde el plano más personal, se evidencia que los estudiantes dan importancia a conocer y entender otras realidades, así como a aprender a comprender y respetar las diferencias. Así mismo, estos espacios fomentan su compromiso con el cambio social y una visión más optimista de que es posible trabajar por ese cambio. Todo ello pretendiendo ejercer la capacidad de que como personas tienen que ser agentes de cambio, aspectos trabajados en el período docente del Máster.

También se destacan como elementos positivos de la dos experiencias la profundización en las relaciones y las amistades entre el alumnado del Máster.

En un segundo plano, las evidencias se dirigen a aprendizajes sobre los procesos de desarrollo en el que han participado en su experiencia de IAP o en las prácticas externas. En relación a este segundo eje de análisis, las y los estudiantes valoran fundamentalmente: la importancia del contexto y su complejidad; el respeto de los ritmos de los procesos; el necesario compromiso y motivación con el proceso en el que se participa; el aprendizaje de manejo de técnicas de investigación; la importancia de las relaciones entre las personas; conocer proyectos desarrollados bajo enfoques de desarrollo no críticos y el cuestionamiento de los paradigmas del desarrollo vinculados a visiones más ortodoxas, también puesto en evidencia desde la experiencia práctica:

Aprendí sobre todo a saber eso, que aunque tú lo sepas y te lo digan millones de personas, el proyecto piensas que es una cosa y cuando tu llegas ahí es otra. Ver y comprobar que realmente es así, que la realidad se te escapa de las manos y que muchas veces te ves inmerso y no sabes que hacer... eso lo aprendes ahí, no lo aprendes en el aula. [E2]

Me di cuenta que los técnicos eran de la carrera de administración de empresas, y que los proyectos de desarrollo lo veían desde una componente

empresarial, coste beneficio. (...) Yo lo que hice fue escuchar todo lo que podía (...) y ver cómo y por dónde podía yo aportar una idea desde un criterio que aporte a un proceso de desarrollo [E4]

Acerca de los elementos que potencian en mayor medida los aprendizajes en los dos niveles, se destaca: la flexibilidad asumida en los procesos más allá de una planificación inicial; el acompañamiento y tutorización (por parte del profesorado del Máster y, además, de la persona que tutoriza desde la entidad donde se realizan las prácticas externas); la coordinación con trabajos de otras materias del Máster; el compromiso con el proceso en el que se participa; poner en común los sentimientos y pensamientos más personales (Palau et al, 2015); emplear métodos que fomentan la reflexión, como escribir la memoria de prácticas o realizar un cuaderno de bitácora en la IAP; conocer personas con realidades muy distintas; y generar espacios de diálogo y reflexión constante, tanto en los talleres docentes programados en el módulo de IAP, en reuniones con las organizaciones, como en lugares mucho más informales de encuentro de los estudiantes.

Sobre los elementos que dificultan los aprendizajes, se menciona la limitación de tiempos; la financiación de las prácticas externas que no permite cubrir todos los gastos del estudiante y las relaciones de poder intraorganizacionales que se aprecian en algunas entidades.

A las personas entrevistadas también se les preguntó sobre la vinculación de la IAP y las prácticas con los espacios docentes presenciales del Máster. Hay alusiones a casi todos los contenidos, destacando especialmente la asignatura de Metodología de investigación y los Seminarios sobre trabajo en equipo. También hay un acuerdo general sobre la adquisición de la habilidad para pensar críticamente, que se fomenta a lo largo de todo el Máster.

Por último, en relación con los puntos en común y las diferencias entre los dos espacios de aprendizaje, se destaca que ambas tienen en común que se pone en práctica la teoría, los aprendizajes son vivenciales, que la flexibilidad es fundamental, que los procesos son cambiantes y que las dificultades encontradas son mayores que en el aula. Por el contrario, se trata de experiencias diferentes, ya que la IAP se realiza en grupos de compañeros de aula, mientras que las prácticas (aun realizadas en espacios de trabajo también colectivos) son procesos que el/la estudiante afronta de manera más individual, sin sus compañeros del Máster. Así mismo se utilizan metodologías distintas; finalmente, identificarse con una necesidad en el propio entorno local es generalmente

más sencillo que en un contexto de otro país.

5. Discusión

¿Podemos decir que estos espacios informales de aprendizaje conducen a una práctica crítica del desarrollo? La respuesta es que en parte sí recogen elementos centrales de aquella, pero no todos. Hay que remarcar que la definición de práctica crítica que veíamos en el marco teórico de la sección 1 estaba pensada para los y las profesionales del desarrollo, no tanto para aquellas personas que están en un proceso de formación, para ello por la limitación de tiempo que supone su práctica. Sin embargo, nos parece apropiado tomar como referencia los criterios que conforman esta práctica crítica: naturaleza compleja y política de los procesos de desarrollo, las relaciones de poder que las caracterizan y los intereses políticos e influencias que existen (Mowles et al., 2008; Pettit, 2010; McCourt, 2008). A partir de las evidencias de las que disponemos no podemos afirmar que estos espacios de aprendizaje conduzcan claramente a este entendimiento de los procesos de desarrollo, aunque sí se constata que los estudiantes perciben la complejidad de estos procesos. No existen referencias muy claras a la importancia del poder, aunque esto se menciona al referirse a las relaciones que ellos mismos han establecido con las organizaciones y, en algún caso, en relación al poder dentro de dichas organizaciones; tampoco se menciona de forma explícita la dimensión política. Pero sí podemos afirmar que algunas de las habilidades que conducen a esta práctica crítica sí que están siendo potenciadas. Es el caso del compromiso real con la transformación social (Eyben, 2005), que se menciona repetidamente; las referencias a lo contextual, la flexibilidad y la reflexividad (Escobar, 2008); o el elemento de autocrítica (Kaplan, 1999), que se ve favorecido por el contacto y aprendizaje de otras realidades y culturas. Para poder llevar a cabo lo anterior, se remarca la importancia de la capacidad de adaptación a contextos diferentes partiendo del respeto y tratando de no reproducir modelos criticados en el aula, donde se impone un sistema de valores per se frente a otros. En definitiva, ponen en evidencia la importancia de las relaciones (Eyben, 2005), todo ello relevante en la práctica crítica.

Respecto a aquello que potencia estas capacidades, destaca sobre todo el pensamiento crítico que se desarrolla en estos espacios de aprendizaje informales, pero que se refuerza durante todo el Máster. También la adquisición de determinadas herramientas metodológicas (como las que se aprenden en la asignatura de

Metodologías de investigación), así como el acompañamiento y tutorización a lo largo de la IAP y las prácticas externas.

Conclusiones

A lo largo de la investigación llevada a cabo, tomando en consideración algunas limitaciones como el número y tipo de evidencias surgidas o la ausencia de estudios previos con mayor perspectiva temporal, se ha podido evidenciar la importancia de los espacios de aprendizaje no formal que un máster universitario en estudios sobre el desarrollo debe incorporar. Más si pretende contribuir a la formación de profesionales capaces de desarrollar una práctica crítica del desarrollo en la actividad que desempeñen. Enfrentarse a la realidad del desarrollo durante su período formativo, pero desde espacios fuera del aula, permite contrastar la formación recibida, así como desarrollar una serie de capacidades y habilidades proclives a una práctica crítica, como ha sido argumentado a lo largo de la comunicación.

Tanto los resultados de esta investigación, como los que se esperan obtener con otras investigaciones que se están llevando a cabo, consideramos contribuirán a redefinir el Máster desde diferentes niveles. Por ejemplo, generar una mayor reflexividad entre el profesorado más implicado acerca de la potencialidad de estos espacios, generando una sistematización de experiencias cada vez mayor; revisar los procedimientos definidos para el acompañamiento tanto de prácticas externas como de espacios como la IAP, de forma que éste se refuerce y apoye más el aprendizaje crítico; o bien dotar a los estudiantes de mayores herramientas para su reflexión y trabajo práctico en aspectos como los procesos políticos del desarrollo, la cuestión del poder, o las habilidades y actitudes a desarrollar para el trabajo en equipo de carácter cooperativo.

Bibliografía

- Belda, S. Boni, A. Peris, J. y L. Terol, (2012). Capacity development for emancipatory social change. Reimagining university learning and teaching for critical development practitioners. *Journal of International Development*, 24, 571-584.
- Boni, A., Peris, J., Belda, S y L. Terol (2012). Elementos para una práctica crítica del desarrollo. Repensando la formación universitaria desde la ED. *Educación Global Research*, 2, Junio, 19-32. Recuperado de <http://educacionglobalresearch.net/issue2boni/>.
- Escobar, A. (2008): Afterword. En Dar, S. y Cooke, B. (2009), *The new Development Management: Critiquing the Dual Modernization*. London: Zed Books.
- Eyben, R. (2005). Donors' Learning Difficulties: Results, Relationships and

- Responsibilities. *IDS Bulletin*, 36(3), 98-107. doi: 10.1111/j.1759 5436.2005.tb00227.x
- Guijarro, D. (2012). *Informe de Evaluación del Máster en Políticas y Procesos de Desarrollo 2010/2011*. Recuperado de <http://www.mastercooperacion.upv.es/informes-evaluacion>.
- Kaplan, A. (1999). The Development of Capacity. *NGLS Development Dossier No.10, Non Governmental Liaison Service*. Geneva: United Nations.
- Mowles, C., Stacey, R. y Griffin, D. (2008). What contribution can insights from the complexity sciences make to the theory and practice of development management?. *Journal of International Development*, 20(6), 804-820. doi: 10.1002/jid.1497
- McCourt, W. (2008). Public Management in developing countries. *Public Management Review*, 10(4), 467-479. doi: 10.1080/14719030802263897
- Palau, et al. (2015). *Taller de IAP en el máster en Cooperación al Desarrollo*. Valencia.
- Pettit, J. (2010). *Multiple faces of power and learning*. *IDS Bulletin* 41 (3): 25-35. DOI: 10.1111/j.1759 5436.2010.00134.x.
- Terol, L. y Frediani, A. (2011). *Informe Evaluación 4ª Edición del Máster en Políticas y Procesos de Desarrollo*. Recuperado de <http://www.mastercooperacion.upv.es/informes-evaluacion>.

Agradecimientos

Queremos agradecer a las y los estudiantes del Máster en Cooperación al Desarrollo de la UPV que han accedido a las entrevistas y que son las autoras y autores de los textos que aquí se han analizado. Especial agradecimiento al profesor Jordi Peris, quien nos ha facilitado la sistematización de la IAP.

Biografía

Victoria Pellicer Sifres es Investigadora del Instituto INGENIO (CSIC-UPV) y doctoranda en Desarrollo Local y Cooperación. Sus temas principales de investigación versan en torno al desarrollo humano, la democratización de la energía y la pobreza energética. Ha participado en investigaciones relacionadas con la educación para la ciudadanía global y el voluntariado transformador en ONGD. Desde 2012 se ha vinculado al Máster en Cooperación al Desarrollo de la UPV estando al cargo de la secretaria técnica del mismo, realizando labores de gestión y apoyando en la planificación de las Prácticas Externas. Correo electrónico: vicpelsi@upvnet.upv.es.

Alejandra Boni Aristizábal es profesora Titular de Universidad del Departamento de Proyectos de Ingeniería de la UPV y Co-Directora del Máster en Cooperación al Desarrollo, Coordinadora del Programa de Doctorado de Cooperación al Desarrollo en la UPV e Investigadora del Instituto INGENIO (CSIC-UPV). Sus temas principales de investigación son la educación para el desarrollo en la universidad, el desarrollo humano y el enfoque de capacidades aplicado a la educación y a la planificación, el enfoque basado en derechos en la cooperación y las migraciones y el desarrollo. Ha publicado libros y artículos en diferentes revistas nacionales e internacionales sobre estas temáticas. Actualmente es editora adjunta del *Journal of Human Development and Capability*, Vocal de la Red Española de la Red de Estudios en Desarrollo y Vicepresidenta de la International Development Ethics Association. Correo electrónico: aboni@ingenio.upv.es.

Carola Calabuig Tormo es profesora Titular de Escuela Universitaria del

Departamento de Proyectos de Ingeniería de la UPV y Co-Directora del Máster en Cooperación al Desarrollo, Desarrolla su investigación en el seno del citado departamento. Sus temas principales de investigación son el desarrollo humano sostenible y la gobernanza participativa, participando en investigaciones relacionadas con la educación para el desarrollo y el enfoque de capacidades en la universidad. Ha publicado artículos en revistas internacionales e internacionales sobre las anteriores temáticas y ha impartido formación en la Universidad y fuera de ella al respecto. Ha desempeñado cargos de gestión en materia de cooperación al desarrollo tanto en la UPV, como en el Ministerio de Asuntos exteriores y de Cooperación. Correo electrónico: cacator@dpi.upv.es.

La universidad como agente educativo para la transformación. El caso del proyecto “Misiones Interculturales”

The University as an educational agent for transformation. The case of the “Intercultural Missions” project

Tomás Segarra Arnau, Universitat Jaume I
 María Lozano Estivalis, Universitat Jaume I

Resumen

“Misiones Interculturales” es un proyecto de participación comunitaria en educación, cultura y desarrollo local, llevado a cabo en Sant Mateu y Vilanova d’Alcolea (Castellón) en octubre de 2013, organizado por el Seminario Garbell, el Programa de Extensión Universitaria de la Universitat Jaume I y los ayuntamientos de ambas localidades. Las personas implicadas se dedicaron a identificar las necesidades de estas localidades y a proponer acciones de mejora a corto, medio y largo plazo. En esta comunicación queremos destacar dos objetivos del proyecto: la reivindicación de la responsabilidad social de la universidad respecto a su contexto territorial desde un punto de vista educativo y cultural, y la revisión del papel del investigador desde un posicionamiento de horizontalidad en el cual los supuestos sujetos de la investigación se convierten también en investigadores. En cuanto a la descripción del caso, se hace referencia al contexto territorial, a los colectivos implicados y los diferentes roles adoptados por éstos, las fases que constituyeron la experiencia: planificación y difusión, sensibilización, intervención y evaluación. Las aportaciones al campo contribuyen a concebir la educación como una construcción social donde el aprendizaje puede suceder en cualquier momento y en cualquier lugar. Un aprendizaje mediante el que las comunidades de práctica son capaces de transformarse y de transformar sus contextos hacia el cambio social, y en el cual la universidad debe tener el papel de agente educativo que acompaña, asesora, investiga e interviene, desde los principios de su responsabilidad social.

Palabras clave

Responsabilidad social; intersubjetividad; participación en la vida cultural; educación transformadora; comunidades de práctica.

Abstract

“Intercultural Missions” is a Project on community participation in education, culture and local development implemented in Sant Mateu and Vilanova d’Alcolea (Castellón) in October 2013, organized by Garbell Seminar, the University Jaume I of Castellón Extension Program, and the councils of both towns. People involved were devoted to identify the needs of these towns and to propose improvement actions in the short, medium and long term. In this paper we want to highlight two objectives of the project: to claim the social responsibility of the university regarding its territorial context from an educational and cultural point of view, and the review of researcher’s role from a horizontal position in which the alleged research subjects become researchers as well. Regarding the description of the case, we refer to the territorial context, groups involved and those different roles they adopted, phases that formed the experience: planning and diffusion, sensitization, intervention and evaluation. Inputs to the field contribute to shape education as a social construction where learning can happen anywhere and anytime. Learning by which communities of practice are able to transform themselves and their contexts towards social change, in which the university

must have the role of an educational agent who accompanies, advises, researches and participates, from the principles of its social responsibility.

Keywords

Social responsibility; intersubjectivity; participation in cultural life; transformative education; communities of practice.

Introducción

“Misiones Interculturales” es un proyecto comunitario centrado en las cuestiones educativas, culturales y de desarrollo local que afectan al entorno local, con la intención de contribuir a la participación en la vida cultural de todas las personas en igualdad de trato y oportunidades. El proyecto se desarrolla en el ámbito local, donde se detectan la mayor parte de las necesidades de la ciudadanía a pesar de la coyuntura de globalización, y se materializa en la problematización de la realidad mediante un diálogo compartido y horizontal entre las comunidades locales y un conjunto de agentes externos que proponen soluciones de modo conjunto (Segarra, Trilles, Lozano, Traver, 2014).

La concepción del proyecto tiene lugar en el Seminario *Garbell*. Se trata de un espacio de encuentro entre profesionales del desarrollo local, la educación y la gestión social y cultural de las comarcas de Castellón en el que se aprende de modo cooperativo y mediante el intercambio de experiencias y de iniciativas de investigación-acción.

“Misiones Interculturales” han contado con el apoyo de la Universitat Jaume I a través del Servicio de Actividades Socioculturales (SASC), el Observatorio Permanente de la Inmigración (OPI), el Departamento de Educación, el grupo de investigación MEICRI, el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz, y la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz. También con la colaboración de los ayuntamientos de las dos localidades en las que se desarrolló el proyecto. En este sentido, queremos destacar especialmente la colaboración con el Programa de Extensión Universitaria, coordinado desde el SASC. En el caso de la Universitat Jaume I, este programa ha trabajado desde su creación a favor del desarrollo social, económico, cultural y educativo de las poblaciones castellanenses con menos de 5000 habitantes.

1. Objetivos

Dada la complejidad del proyecto, el elevado número de actores implicados y los diversos escenarios que éste comprendía, existe un elevado número de objetivos

específicos. Sin embargo, en relación con el tema que nos ocupa en esta comunicación, hemos de destacar dos: reivindicar la responsabilidad social de la institución universitaria respecto a su contexto territorial desde un punto de vista educativo y cultural, y contribuir a una revisión del papel de quien investiga desde un posicionamiento de horizontalidad en el cual los sujetos de las acciones objeto de estudio se convierten también en investigadores.

De acuerdo con la Declaración de Alicante de Extensión Universitaria (Rubio y Valero, 2004: 271), entre las misiones de la universidad está la de *erigirse en promotor de la creación y difusión del pensamiento crítico y del fomento de la cultura entre la comunidad universitaria y la sociedad en su conjunto*. Los objetivos específicos de la extensión universitaria son la cooperación al desarrollo, la transformación social y cultural, la creación y difusión de hábitos y formas culturales, una formación permanente, abierta y plural y, finalmente, la respuesta ante las necesidades del entorno. En el caso concreto de la Universitat Jaume I, sus estatutos proponen la participación de la institución en el progreso y desarrollo de la sociedad para redundar en la calidad de vida y del desarrollo social y económico, así como en la aplicación del saber científico (Segarra, Trilles, Moliner y Marco, 2012).

Por lo que respecta a la revisión del papel del investigador y siguiendo el planteamiento de Cruz, Reyes y Cornejo (2012: 255), entendemos que en el campo de la investigación social cualitativa quien investiga tiene un condicionamiento subjetivo inherente. Esta condición hace que el conocimiento de lo social sea compartido entre la persona que investiga y los sujetos-agentes de las dinámicas analizadas, los cuales ya no pueden ser considerados sólo como informantes, sino como co-constructores de dicho conocimiento.

El investigador social tiene un compromiso ético que es doble. En primer lugar con las personas que hemos definido como co-constructoras de dicho conocimiento, y por otro lado con las formas a través de las cuales éste se construye. Al mismo tiempo debemos ser conscientes de la influencia que los investigadores e investigadoras ejercen sobre estas personas. En este sentido, quien investiga desde los presupuestos de una metodología participativa para la transformación de la realidad no puede posicionarse en un campo absolutamente neutral puesto que tiene el compromiso ético de mover los contextos de desarrollo de la investigación hacia situaciones más dignas (Kreusburg, 2011).

2. Descripción del caso

El proyecto se caracteriza por seguir la metodología de la investigación-acción comunitaria con la intervención de tres colectivos: el grupo coordinador, las redes de acción local y los voluntarios involucrados procedentes de diversas instituciones: Cruz Roja, Casal Popular de Castellón y estudiantado de las titulaciones de Magisterio y del Máster de la Paz de la UJI (Alcañiz, Segarra y Trilles, 2014). Este último colectivo recibe en el proyecto el nombre de ‘nómadas culturales’, por acercarse a la realidad local desde contextos externos.

Los tres colectivos participan en las diversas fases en las que se estructura el proyecto, y que se describen en los siguientes apartados.

2.1 Fase de diagnóstico local

En un primer momento, las redes de participación de ambos municipios analizan la realidad local y definen las tres necesidades o problemas que tiene la población mediante metodologías participativas. Al mismo tiempo, en el contexto urbano (ciudad de Castellón) el grupo coordinador realiza un proceso de captación de voluntarios entre asociaciones y colectivos que considera potencialmente interesados en el proyecto. El objetivo de esta acción es conformar un colectivo que aportará una visión externa sobre los problemas de las localidades.

2.2 Fase de Sensibilización

Ya en septiembre, y una vez conformados todos los colectivos que participarían en “Misiones Interculturales”, se llevó a cabo la sensibilización que se materializó en un conjunto de seminarios teórico-prácticos impartidos a lo largo de una semana por parte del equipo de coordinación. Se respondía así a la necesidad de que los y las participantes se apropiasen de un conjunto de conceptos fundamentales. Los seminarios realizados fueron los siguientes:

- a. *Taller de cohesión de grupos.* A lo largo de la fase de intervención iban a trabajar de modo colectivo. Por tanto, era necesario llevar a cabo dinámicas de cohesión de grupo, juegos y técnicas de aprendizaje cooperativo. Era especialmente importante llevar a cabo este taller entre los y las participantes del grupo nómada ya que la mayoría no se conocían previamente.

- b. *La mirada compleja.* Mediante esta sesión, se pretendía que las personas participantes entrasen en contacto con los elementos fundamentales del pensamiento complejo, iniciando un proceso de interpretación de la realidad humana y social desde la perspectiva de la complejidad y poniendo de manifiesto que el entorno comunitario donde se iba a desarrollar el proyecto también podía caracterizarse desde este punto de vista. Aplicado al campo del desarrollo comunitario, el pensamiento complejo hace factible un mejor conocimiento de sus dinámicas y una propuesta de acciones más eficaz.
- c. *Los referentes históricos del proyecto.* A través de esta sesión se pretendía transmitir que “Misiones Interculturales” no surgía de la nada, sino que se inspiraba parcialmente en tres experiencias anteriores (Segarra, Ortells, Traver y Lozano, 2014): las Misiones Pedagógicas de la II República en España, las Brigadas Serranas en Cuba y las Misiones Culturales en México. Cabe decir, en cuanto a este apartado, que los referentes históricos de los que se partía contenían un sesgo etnocentrista muy evidente. De este modo, el equipo de coordinación entendía que estos referentes debían ser reinterpretados y adaptados a nuestros contextos territoriales y sociales, y por tanto rehuir dicho sesgo.
- d. *El saber local.* En este caso, a través de la lectura y la conversación a partir de la propuesta de diversos textos, se pretendía poner de manifiesto la importancia de la diversidad cultural. Cada cultura ocupa un espacio en el mundo y, a través de ella, las personas dan significado a su realidad. Así pues, esta sesión se basaba en el principio de igualdad de todas las culturas. Todas las prácticas culturales son válidas, dentro del respeto a los Derechos Humanos y a los Derechos Culturales (Grupo de Friburgo, 2007). Dado que la vida cultural se manifiesta de modo intenso en los contextos locales, los saberes que se hallan en este ámbito constituyen una parte muy importante de nuestros legados culturales.
- e. *Compartiendo la alteridad y presentación de la agenda de trabajo en la fase de intervención.* El último día de la fase de sensibilización se dedicó a realizar una presentación virtual del otro colectivo participante en el proyecto. Se prepararon dos vídeos con autopresentaciones, uno de los nómadas y otro de las redes de participación locales. De este modo, ambos

colectivos pudieron poner rostro a sus otros compañeros de viaje, y al mismo tiempo conocer sus inquietudes. En los vídeos cada participante realizaba una presentación propia (nombre y procedencia) y exponía los motivos por los cuales había decidido tomar parte en el proyecto. Finalizada esta presentación, y en el caso de la sesión llevada a cabo con los nómadas, se profundizó en la descripción de la realidad de las dos poblaciones en las que se iba a realizar la intervención: número de habitantes, sectores económicos, equipamientos, situación de la vida cultural... Se aprovechó también para presentar y describir los problemas / sueños que las redes locales habían identificado, y sobre los cuales se trabajaría en la fase de intervención.

2.3 Fase de Intervención

La fase de intervención tuvo lugar entre el 9 y 12 de octubre. El primer día se realizó la recepción de los nómadas por parte de los colectivos locales para, posteriormente, acompañarlos a las casas de acogida donde cenaron con las familias.

El grueso del trabajo de intervención se llevó a cabo los días 10, 11 y 12, siendo similares las rutinas de las tres jornadas. Los dos colectivos locales habían trabajado previamente en la concreción de los problemas que afectaban a las respectivas comunidades y para los cuales se deseaba aportar soluciones. Los nómadas tenían un conocimiento mínimo de las mismas gracias a la comunicación realizada durante el último día de la sensibilización. De este modo, y como complemento, era necesario preparar una batería de actividades para acercar al colectivo nómada a estas problemáticas y, en general, a la realidad de ambas localidades.

Las mañanas se dedicaban a entrar en contacto con el territorio: visitas a instituciones y asociaciones, contacto con los sectores productivos de las localidades, talleres sobre diferentes aspectos, etc. Por otro lado, el acompañamiento de las familias de acogida, tanto dentro como fuera de la casa, acercaba al grupo nómada a la cotidianidad de cada población.

La tarde era el momento para compartir miradas. Cada una de las tres sesiones se dedicó a tratar una de las problemáticas concretas propuestas por la red local. Las sesiones seguían un guión que había sido previamente expuesto a los grupos participantes, y que contemplaba las siguientes fases:

- a. *Presentación de la problemática a trabajar.* La red local exponía su punto

de vista sobre el problema o sueño, lo explicaba mediante la aportación de datos, imágenes u otros recursos que lo dotasen de una mayor argumentación y profundidad. Seguidamente, el grupo nómada ponía de manifiesto su planteamiento sobre el problema o sueño. Se partía de la información facilitada sobre el mismo durante la fase de sensibilización, la cual habían trabajado mínimamente los nómadas por su cuenta en la misma sesión mediante un intercambio de impresiones. Por otro lado, el contacto con la realidad contribuía a dar mayor cuerpo a su exposición. Se trataba así de encontrar aquellos puntos de aproximación sobre cada problema concreto, y al mismo tiempo de profundizar en la problematización del tema.

- b. *Trabajo en pequeños grupos.* Dado que la fase anterior generaba nuevos enfoques sobre el problema, era necesario reflexionar sobre los mismos, dar prioridad a aquellos matices que se consideraban más importantes, y aportar la nueva visión que cada participante tenía del problema. En esta fase, la red local y el grupo nómada trabajaban mezclados en grupos mixtos de entre cuatro y seis personas.
- c. *Puesta en común y priorización.* Todos los subgrupos exponían las ideas que acababan de concretar. Seguidamente, se trataba de priorizar aquellos conceptos más destacados del problema y también las acciones para su resolución. Para ello se utilizaron técnicas propias del aprendizaje cooperativo.

2.4 Fase de Evaluación

El proyecto, en su fase de intervención, finalizó el día 13 de octubre con una sesión de evaluación en les Coves de Vinromà, a medio camino entre Vilanova d'Alcolea y Sant Mateu. En esta sesión participaron todos los grupos implicados: red local y nómadas de ambas poblaciones, familias de acogida y equipo de coordinación. Todos ellos tuvieron voz.

Esta sesión de evaluación se materializó con la reunión por separado de los cinco colectivos implicados: nómadas de Vilanova, nómadas de Sant Mateu, red local de Vilanova, red local de Sant Mateu y equipo coordinador.

Se pidió a los diferentes grupos que valorasen los siguientes aspectos: impacto personal del proyecto; impacto del proyecto en la población y sobre el conjunto de las

personas que formaban su grupo; valoración del proyecto (críticas, sugerencias y aportaciones) en referencia a su estructura, temporización, fase de sensibilización, actividades de vida comunitaria, dinámicas de trabajo; y finalmente qué ha dejado de sí mismo y qué se lleva cada grupo –nómadas y redes sociales de ambas poblaciones– del conjunto de la fase de intervención.

3. Aportaciones al campo

En primer lugar, queremos destacar que ‘Misiones Interculturales’ contribuye a la concepción de la educación como una construcción social donde el aprendizaje puede suceder en cualquier momento y en cualquier lugar (Martín Barbero, 2012). En consecuencia, se trata de destacar aquellos aprendizajes que se dan más allá del ámbito educativo formal y que se sitúan en los espacios no formales e informales.

Jeffs y Smith (1990) coinciden con este planteamiento ubicuo del aprendizaje. En los ámbitos alejados de lo formal destacan el carácter colectivo y socializador del proceso. De este modo, las personas implicadas son consideradas participantes y deben tener un objetivo común o realizar una actividad concreta más allá del propio aprendizaje el cual es, aparentemente, accidental. Estos procesos tienen una naturaleza esencialmente dialógica, por oposición a la discusión. Lo que prima aquí es la construcción compartida y el fomento del pensamiento crítico desde la horizontalidad.

La convivencia entre nómadas y redes locales, incluso en las propias casas de éstos, es uno de los puntos fuertes en referencia a este carácter ubicuo del aprendizaje. Precisamente esta convivencia era uno de los elementos que mayor inquietud suscitaba entre ambos colectivos ya que suponía situarse frente a alguien desconocido, y las situaciones que de ello se derivasen podían suponer una pérdida de control. El equipo coordinador destacó dos aspectos básicos para facilitar esta convivencia. En primer lugar, se recalcó que ésta era necesaria para un buen desarrollo del proyecto ya que así se facilitaba la inmersión del colectivo nómada en la realidad local. En segundo lugar, se dejó claro que los nómadas no debían comportarse en el hogar como invitados sino como miembros activos de las familias, y que debían compartir, en la medida de lo posible, las tareas que les fuesen asignadas.

El resultado positivo de la experiencia ha supuesto un aprendizaje muy importante para todas las personas participantes en cuanto a la convivencia. De hecho, para ambos colectivos ha sido más importante el proceso que los resultados obtenidos por el proyecto.

De las conclusiones extraídas durante la jornada de evaluación se desprende que el aspecto más destacado por ambos colectivos es el personal. Los nómadas, a lo largo de una semana, dejaron de verse a sí mismos como forasteros. Se integraron en los pueblos como si formaran parte de la comunidad. De hecho, en el caso de Vilanova d'Alcolea, han seguido participando de forma activa en diferentes eventos culturales que han tenido lugar en la población.

En el caso de Sant Mateu, a lo largo de la fase de intervención se sumó un nuevo colectivo al proyecto. Se trata del colectivo magrebí que en algunos sentidos sufre una situación de invisibilización en el contexto local. Este hecho reforzó los lazos de convivencia entre los miembros de la red local y el colectivo magrebí, y ha llevado a la realización de un segundo proyecto de intervención comunitaria centrada en inmigración e interculturalidad que se ha desarrollado a lo largo de 2014 y que espera tener continuidad durante 2015.

Otro aspecto importante es que estos ámbitos educativos no formales e informales contribuyen al desarrollo de vías de pensamiento y acción que encajan con las situaciones en las que se encuentran las personas participantes. Hallamos aquí, en consecuencia, un concepto básico para las aportaciones al campo: el aprendizaje del que estamos hablando es situado.

Mediante este concepto acuñado por Lave y Wenger (1991) se propone un nuevo enfoque teórico en el que la investigación se centra en el carácter situado de la comprensión humana y en la comunicación, en las relaciones entre el aprendizaje y las situaciones sociales de participación en que éste tiene lugar. Un aprendizaje mediante el que las comunidades de práctica son capaces de transformarse y de transformar sus contextos hacia el cambio social, y en el cual la universidad debe tener el papel de agente educativo que acompaña, asesora, investiga e interviene, desde los principios de su responsabilidad social.

Conclusiones

Misiones interculturales es un proyecto que responde al compromiso por establecer ritmos y espacios de intervención social y cultural adecuados a los principios de inclusión e interculturalidad. Tal compromiso es el que define a la universidad como proyecto ilustrado que en plena posmodernidad debe afrontar los retos de una educación para la transformación y la mejora social.

El proceso de investigación-acción comunitaria llevada a cabo parte de las premisas de un conocimiento situado, horizontal y participativo que trabaja desdibujando las fronteras de la institución universitaria. De este modo, los espacios de intervención en las localidades objeto de nuestro estudio se conjugan dentro y fuera del ámbito estrictamente académico. Con ello se constituye un modelo de relación universidad-territorio que excede la mera prestación de servicios para convertirse en una práctica de aprendizaje con un compromiso ético de formación personal y de implicación social.

Los aprendizajes se han producido en diferentes momentos y lugares, y han propiciado un saber cooperativo entre los agentes implicados que se ha manifestado en acciones conjuntas de mejora comunitaria que aún siguen su curso.

Desde el punto de vista de la investigación, el proyecto ha supuesto un revulsivo para la reflexión epistemológica y ética de las realidades sobre las que se quería incidir así como de la propia tarea investigadora. Los conceptos sujetos a debate y revisión comunitaria han sido, entre otros, los de educación, cultura, compromiso y vinculación con el territorio, y se ha llevado a cabo la implementación de metodologías cualitativas en las que la posición de los agentes investigadores estaba en continua revisión. De este modo, la universidad ha podido constituirse como un elemento dinamizador de un mestizaje entre los saberes expertos académicamente localizados y los conocimientos pluriformes de todos los sujetos implicados en el proyecto.

La valoración que de la propia participación hacen los colaboradores y colaboradoras en el estudio muestra un cierto empoderamiento tanto en lo que respecta a la mirada sobre la investigación como a la conciencia y el compromiso de mejora colectiva. En este sentido se insiste en que la universidad debe proveer espacios de convergencia de múltiples saberes y que a su vez generen conocimiento científico para contrastar, divulgar y compartir con el resto de la sociedad.

Misiones interculturales ha podido implementar la creación de estos espacios de convergencia donde la comunicación y el intercambio de conocimiento han seguido unos criterios de horizontalidad. Esta posición ha generado cierta confusión y tensiones cognitivas debido a la dificultad de gestionar relaciones de igualdad atravesadas por asimetrías culturales: universitarios/no universitarios; profesorado/alumnado; nómadas/locales, etc. Diferentes lugares, diferentes perspectivas y miradas que han sido explicitadas en varias ocasiones al objeto de clarificar los intereses de los participantes, las posibilidades de la interacción y los objetivos perseguidos con la investigación.

El proyecto ha supuesto un aprendizaje para todos y todas, y especialmente para el grupo de investigación MEICRI ha significado un incentivo para reformular el posicionamiento ético y científico de la investigación universitaria. La propia inestabilidad de la posición de “expertos” y la necesidad de establecer un plano de igualdad en las interacciones con las otras personas y colectivos que intervinieron en la investigación ha sido un reto metodológico marcado por el intercambio de papeles y la asunción de múltiples quehaceres y responsabilidades como agentes de transformación.

Dado que las aportaciones metodológicas sobre cómo elaborar investigaciones desde un plano de horizontalidad no son muy numerosas, esta experiencia aporta elementos de reflexión significativos para este debate y para el conocimiento sobre cómo hacer acciones colectivas desde saberes diferentes coordinados por la universidad.

Misiones Interculturales no es un producto académico sino, un proyecto comunitario caracterizado por su vertiente procesual. Una vez iniciado, vuelve a comenzar y cogiendo nuevos caminos y formas en cada persona que ha pasado por él, sea investigador, inmigrante, agente local, hombre o mujer, joven o mayor. De tal forma que podemos concluir que el proyecto de Misiones, como el conocimiento construido colectivamente, se vuelve nómada y mestizo en cada paso que se da.

Bibliografía

- Alcañiz, N., Segarra, T. y Trilles, E. (2014). Misiones interculturales: una experiencia de desenvolvament comunitari a les comarques de Castelló. *Kult-ur*, 1(1).
- Cruz, M.A., Reyes, M.J. y Cornejo, M. (2012). Conocimiento situado y el problema de la subjetividad del investigador/a. *Cinta moebio*, 45, 253-274.
- Grupo de Friburgo (2007). *Los derechos culturales. Declaración de Friburgo* [en línea]. Recuperado de http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf.
- Jeffs, T. y Smith, M. (Eds.) (1990). *Using informal education*. Buckingham: Open University Press.
- Kreusburg, R. (2011). Cuestiones éticas en torno a la investigación sobre y con historias de vida. En Hernández, F., Sancho, J. M. y Rivas, J. I. (Coords.), *Historias de vida en educación. Biografías en contexto*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Lave, J. y Wenger, E. (1991). *Situated Learning. Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press
- Martín Barbero, J. (2012). Ciudad educativa: de una sociedad con sistema educativo a una sociedad de saberes compartidos. En Díaz, R. y Freire, J. (Eds.), *Educación expandida*. Sevilla: Zemos 98.
- Rubio, E. y Valero, E. (Eds.). (2004). *Rafael Altamira: historia, literatura y derecho: actas del Congreso Internacional celebrado en la Universidad de Alicante, del 10 al 13 de diciembre de 2002*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Segarra, T., Ortells, M., Traver, J.A. y Lozano, M. (2014). Referentes histórico-educativos del proyecto “Las Misiones Interculturales”. Un proyecto de desarrollo local y educación informal vinculada al territorio. *XI Congreso Internacional y*

XXXI Jornadas de Universidades y Educación Inclusiva. Castellón: Universidad Jaume I.

Segarra, T., Trilles, E., Moliner, L. y Marco, F. (2012). Responsabilidad social de la Universidad Jaume I de Castellón. Programa de Extensión Universitaria y Proyectos de Agenda 21 de la Cultura. La Habana: *VIII Congreso Internacional de Educación Superior "Universidad 2012"*.

Segarra, T., Trilles, E., Lozano, M. y Traver, J. (2014). Construction of local development through education: intercultural missions, a project on community participation. *Local Change, Social Actions and Adult Learning: Challenges and Responses*. Lisboa: Universidad de Lisboa.

Agradecimientos

Los autores quieren agradecer la participación de todas las personas que se implicaron en el proyecto de las Misiones Interculturales: equipo coordinador, Grupo de Investigación MEICRI, redes locales de Vilanova d'Alcolea y Sant Mateu, colectivos nómadas. Al mismo tiempo, a las instituciones colaboradoras: ayuntamientos de las poblaciones de Vilanova d'Alcolea y Sant Mateu, departamentos de la Universidad Jaume I (Servicio de Actividades Socioculturales, Oficina para la Cooperación al Desarrollo y la Solidaridad, Departamento de Educación, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz, Cátedra UNESCO de Filosofía de la Paz), el Casal Popular de Castellón y la Oficina Provincial de la Cruz Roja.

Biografía

Tomàs Segarra Arnau es Profesor asociado del área de Teoría e Historia de la Educación del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Es licenciado en Humanidades y máster en Gestión Cultural. Forma parte del grupo de investigación MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica). Sus áreas de investigación se centran en las transformaciones socio-comunitarias para la mejora cultural y social en ámbitos educativos no formales e informales. Correo electrónico: tsegarra@uji.es.

María Lozano Estivalis es Profesora del área de Teoría e Historia de la Educación del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Es licenciada en Periodismo y doctora en Ciencias de la Comunicación. Forma parte del grupo de investigación MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica) y del IUDESP (Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz). Sus áreas de investigación se centran en los procesos de democratización de las escuelas dentro de los modelos educativos interculturales e inclusivos. Así mismo analiza las transformaciones socio-comunitarias para la mejora cultural y social en ámbitos educativos formales y no formales, la educación en materia de comunicación y la representación de género. Correo electrónico: estivali@uji.es.

Creating conditions for students' flourishing: A case study of capabilities developed through a non-formal learning community in a collegiate university

Creando condiciones para la prosperidad en estudiantes: un estudio de caso sobre capacidades de desarrollo a través una comunidad no-formal de aprendizaje en una universidad

Eleanor Brown, University of York

Abstract

It is widely acknowledged that higher education offers great opportunities for students to develop as learners, as future employees and as citizens. Much of this learning and development takes place outside of the structures of the formal classroom and yet there is little evidence about the ways that these spaces may best create conditions for students to develop their capabilities and interests, and flourish as positive members of a just society. Universities are in a position to “provide the enabling spaces and conditions for development and learning in the way that individuals cannot do alone” (Walker, 2006: 37), and this research seeks to explore ways that non-formal spaces can create conditions for such learning to occur.

A new learning community has been set up within one university college with a focus on learning about and engaging with issues related to international development and human rights. Learning communities are structured with the purpose of encouraging students to connect ideas from different disciplines and of creating long-term, sustained social interactions (Zhao and Kuh, 2004). This learning project aims provide participative and critical learning opportunities for a core group of approximately 10 students, and considers student development based on a holistic concept of areas of life that a student has reason to value. Since this differs depending on the interests and ambitions of the student, the project is necessarily student-led, but support is provided to students to ensure equality of opportunity to participate. Non-formal (i.e. non-credit bearing and optional), interdisciplinary workshops are run for students who sign up to the community and networking events to facilitate links with international organisations, human rights activists and local refugee groups to help the students self-organise and lead events and activities for further learning.

The research looks at the ways that the project develops students' capabilities, defined as their sense of agency and their ‘freedom to achieve well-being’ (Sen, 1992: 48). In an ever more competitive market, universities are increasingly interested in what they can offer to the student experience in addition to classroom teaching. Often the focus is on employability, understood narrowly as a ‘checklist’ of skills perceived to be of value to prospective employers. Here we explore broader areas of value that contribute to students' well-being and how these might impact on their experience of university and their freedom to make a positive contribution to society beyond university. In particular we focus on the way students engage with social justice issues through the project, and consider the ways they engage with issues of global importance and how they interpret their freedom to act, participate and contribute in a more just society, through consideration of their perceptions of changes in their capabilities.

In this paper I report on the development of capabilities that increase students' freedom to achieve well-being and agency, and to participate in issues related to social justice and the learning outcomes for students involved in the learning community in terms of knowledge and understanding, attitudes and transferable skills that may enable them to make a positive contribution to society beyond university. These outcomes have

been explored through Sen's capability approach to explore the impact of a learning community from the perspective of what students value. Through observations of the activities the students organise, we attempt to unpick the interpretations of the learning community as a space to learn, consider different attitudes and acquire skills.

Keywords

Capability approach: non-formal learning communities; transformative education; social justice.

Resumen

Es ampliamente conocido que los estudios universitarios ofrecen grandes oportunidades a los estudiantes para desarrollarse como educandos, futuros trabajadores y ciudadanos. Gran parte de este aprendizaje y desarrollo tiene lugar fuera de la estructura formal del aula y aun así hay muy poca evidencia acerca de las formas que en esos espacios puedan crear las mejores condiciones para que los estudiantes puedan desarrollar sus capacidades e intereses y prosperar como miembros positivos de una sociedad justa. Los universitarios están en una posición de “proveer los espacios habilitadores y condiciones de desarrollo y aprendizaje de una manera que los individuos no pueden hacer solos” (Walker 2006: 37). Esta investigación busca explorar maneras en las que los espacios no-formales puedan crear condiciones para que dicho aprendizaje ocurra.

Una nueva comunidad de aprendizaje se ha establecido en uno de los college universitarios con un enfoque en aprendizaje e involucramiento con temas relacionados con desarrollo internacional y derechos humanos. Las comunidades de aprendizaje están estructuradas con el propósito de estimular a los estudiantes con diferentes disciplinas y crear interacciones sociales y sostenibles a largo plazo (Zhao y Kuh, 2004). Este proyecto de aprendizaje buscar ofrecer oportunidades participativas y de aprendizaje crítico para un grupo estable de aproximadamente 10 estudiantes, y considera el desarrollo estudiantil basado en un concepto holístico en áreas de la vida que un estudiante tenga motivos para valorar. Ya que esto varía dependiendo de los intereses y ambiciones del estudiante, el proyecto ha de estar necesariamente liderado por estudiantes, pero se les ofrece apoyo asegurando la equidad de oportunidades para participar. Se realizan talleres interdisciplinarios y no-formales (opcionales y sin créditos académicos) para los estudiantes que se inscriben en la comunidad así como eventos de trabajo en red que facilitan vínculos con organizaciones internacionales, activistas de derechos humanos o grupos locales de refugiados para ayudar a los estudiantes a auto-organizarse y liderar eventos y actividades para futuros aprendizajes.

La investigación se centra en las maneras en las que el proyecto desarrolla capacidades en los estudiantes, definidas desde su propio sentido de voluntad y su “libertad para lograr bien-estar” (Sen, 1992: 48). Encontrándonos en un mercado cada vez más competitivo, las universidades cada vez están más interesadas en lo que pueden ofrecer a la experiencia estudiantil como complemento a la enseñanza en clase. A menudo el enfoque se centra en la empleabilidad, entendida estrechamente como una “lista” de habilidades percibidas como de valor para posibles empleadores. Aquí exploramos áreas más amplias de valor que contribuyen al bien-estar de los alumnos y cómo éstas pueden tener un impacto en su experiencia en la universidad y su libertad de hacer una contribución positiva a la sociedad más allá de la universidad. En particular nos enfocamos en la manera en la que los estudiantes se comprometen con asuntos de justicia social a través del proyecto, y consideran las formas que ellos se

involucran con temas de importancia global y cómo interpretan su libertad de actuar, participar y contribuir a una sociedad más justa, mediante la consideración de los cambios de percepción en sus capacidades.

En este artículo informo sobre el desarrollo de capacidades que incrementan la libertad de lograr bien-estar y libre voluntad en los estudiantes; así como de participar en asuntos relacionados con justicia social, y en los resultados de aprendizaje para los estudiantes involucrados en la comunidad en términos de conocimiento y entendimiento. Actitudes y habilidades transferibles que puedan permitirles realizar una contribución positiva a la sociedad más allá de la universidad. Estos resultados han sido explorados a través del enfoque de capacidades de Sen para analizar el impacto de una comunidad de aprendizaje desde la perspectiva de lo que los estudiantes valoran. A través de entrevistas con estudiantes tratamos de desmontar las percepciones de los estudiantes sobre la comunidad de aprendizaje como un espacio para aprender, considerar diversas actitudes y adquirir habilidades. Además preguntaremos qué aspectos de la comunidad de aprendizaje facilitaron el desarrollo de resultados a los que dieron valor y cuáles fueron los resultados clave. Consideramos si el espacio aportó oportunidades para la reflexión y la colaboración y qué factores las ayudaron o inhibieron.

Palabras clave

Enfoque de capacidades; comunidades de aprendizaje no formales; educación transformativa; justicia social.

Biography

Eleanor J. Brown is a lecturer at the University of York, where she is based in the Centre for Research on Education and Social Justice. She currently teaches undergraduate courses on education and development, inclusion, global inequalities and research skills. Eleanor completed her PhD in development education at the University of Nottingham on transformative learning and non-formal development education in Britain and Spain. She has worked on a number of funded research projects including peace education, school leadership, and global citizenship. Her primary research interests are in transformative learning, participative and critical pedagogies, international volunteering and development education in non-formal settings. Eleanor spent a year conducting research based at the University of Granada, Spain and has a Masters degree in International Relations. Prior to this, she taught English as a foreign language for four years in Barcelona, Spain and San José, Costa Rica. E-mail: eleanor.brown@york.ac.uk.

La escuela en el barrio. Cartografiando las necesidades de cambio socioeducativo

The School in the neighbourhood: Mapping needs for socioeducational change

Joan Traver Martí, Universitat Jaume I
 María Lozano Estivalis, Universitat Jaume I
 Auxiliadora Sales Ciges, Universitat Jaume I

Resumen

El proceso de cambio escolar desde una perspectiva intercultural e inclusiva supone la participación democrática de toda la comunidad educativa que debe mirar más allá de los muros de la escuela. La transformación puede propiciarse a partir de un proceso de Investigación-acción Participativa (IAP) que rompa las inercias escolarizantes y profesionalistas en favor de una lógica sociocomunitaria más dialéctica y transformadora. En este sentido, las propuestas de Diagnóstico Social Participativo han de partir de lenguajes, formas de expresión y de críticas constructivas heterogéneas, populares y enraizadas en los saberes locales. De ahí que resulte de gran relevancia el uso de la Cartografía Social, como herramienta para construir conocimiento colectivo, poniendo en evidencia los diferentes saberes que se entremezclan en una imagen colectiva del territorio.

En esta comunicación presentamos la dinámica de Mapa de Necesidades llevada a cabo en la escuela de un barrio periférico de la ciudad de Castellón, España, en la que se inició un cambio hacia enfoques interculturales e inclusivos mediante un Diagnóstico Social Participativo (DSP). El objetivo básico de esta estrategia consistió en que toda la comunidad educativa tuviera la oportunidad de elaborar un mapa de necesidades del barrio a partir de las que se pudieran proponer más tarde planes de acción compartidos. Analizamos el sentido de la dinámica en el contexto de la experiencia y relatamos cómo se llevó a cabo, cómo la vivieron las personas que participaron y las implicaciones que tuvo a lo largo del proceso de cambio. Como conclusiones anticipamos la dificultad que supuso romper la lógica institucionalizadora de la escuela desde las resistencias profesionalistas y al mismo tiempo la gran potencialidad que mostró esta estrategia para reubicar la escuela en su territorio y comenzar a generar una visión de red de relaciones, de apoyos y recursos que estaba invisibilizada hasta el momento.

Palabras clave

Investigación-acción Participativa; cartografía social; cambio socioeducativo; educación intercultural inclusiva.

Abstract

The process of school change from an intercultural and inclusive perspective involves the democratic participation of all members of the educational community, looking beyond the school walls. The factors for school change can be fostered by a Participatory Action Research (IAP) process. This process implies to break the professionalist rationale towards to a sociocommunitarian rationale, more dialectical and transformative. In this sense, the proposals of Social Participatory Diagnosis have to be based on different languages, forms of expression and a constructive critical perspective rooted in heterogeneous and local knowledge. That implies to think and rebuild the school from another position, located within its territory, focusing on multiple sights. Hence, Social Mapping is an important tool to build collective

knowledge, highlighting the different knowledges that are mixed in a collective image of the territory (Habegger and Mancila, 2006).

In this paper, we present the dynamics of Map of Needs, implemented at one Primary school in a suburb of Castellón, Spain. The basic objective of this strategy, from an intercultural and inclusive approach, was to share with the educational community the opportunity to draw a map of the neighbors needs in order to propose further shared action plans. We show the way this strategy was implemented and we analyze the effect of dynamics in the context, how people lived the experience and the implications for the school change process. In conclusion, we anticipate how difficult it was to break the institutionalizing school logic from professionalist resistance. However, this strategy also shows a great potential to relocate the school in its territory and start generating a network of relationship and support that were invisible resources so far.

Keywords

Participatory action research; social mapping; Socioeducational change; intercultural and inclusive education.

Agradecimientos

Este trabajo se enmarca en un proyecto I +D más amplio (Cod: P1·1B2013-32) subvencionado por Universitat Jaume I de Castellón (2014- 2016).

Biografía

María Lozano Estivalis es Profesora del área de Teoría e Historia de la Educación del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Es licenciada en Periodismo y doctora en Ciencias de la Comunicación. Forma parte del grupo de investigación MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica) y del IUDESP (Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz). Sus áreas de investigación se centran en los procesos de democratización de las escuelas dentro de los modelos educativos interculturales e inclusivos. Así mismo analiza las transformaciones sociocomunitarias para la mejora cultural y social en ámbitos educativos formales y no formales, la educación en materia de comunicación y la representación de género. Correo electrónico: estivali@uji.es.

Joan Andrés Traver Martí es Profesor Titular del área de Teoría e Historia de la Educación del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Es licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación y doctor en Educación por la Universitat Jaume I. Forma parte del grupo de investigación MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica) y del LISIS (Laboratoire International sur l'Inclusion Scolaire). Sus líneas de investigación actuales son la escuela democrática, la educación inclusiva e intercultural, el aprendizaje cooperativo y la participación y el desarrollo comunitario. Correo electrónico: jtraver@uji.es.

Auxiliadora Sales Ciges es Profesora Titular del área de Didáctica y Organización Escolar, del Departamento de Educación de la Universitat Jaume I de Castellón. Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad de Valencia. Forma parte del grupo de investigación MEICRI. Sus líneas de investigación se centran en la educación intercultural e inclusiva, la investigación-acción participativa, los procesos de transformación escolar y social y la formación para la ciudadanía crítica. Correo electrónico: asales@uji.es.

La línea del tiempo en la construcción de la escuela democrática: una herramienta para la transformación desde la participación horizontal
The timeline in democratic school building: a tool for transformation from horizontal participation

Arecia Aguirre García-Carpintero, Universitat Jaume I
 Jordi Català Llorca, Universitat Jaume I
 Ana Doménech Vidal, Universitat Jaume I
 Paula Escobedo Peiro, Universitat Jaume I

Resumen

En este trabajo presentamos la experiencia realizada en el Centro Rural Agrupado (CRA) Benavites-Quart de la provincia de Valencia. A partir del proyecto *Participación comunitaria y escuela democrática: estrategias para la formación de una ciudadanía crítica*, el grupo de investigación MEICRI junto con los agentes educativos del centro, nos proponemos conocer y analizar la participación comunitaria en la escuela. Para ello, utilizamos algunas estrategias de Diagnóstico Social Participativo (DSP) que nos permiten conocer más de cerca la participación de la comunidad e iniciar procesos de investigación –acción participativa (IAP) en la escuela. En concreto, de las técnicas de DSP utilizadas, nos centraremos en la *línea del tiempo*; puesto que posibilita una construcción conjunta y compartida de su propia historia como centro y comunidad.

Entre los resultados alcanzados destacamos el mayor conocimiento del pasado y de las acciones del presente por parte de todos los miembros de la comunidad. Así como la importancia de construir juntos la escuela que queremos a partir de herramientas que facilitan ese intercambio entre iguales. Como conclusiones, resaltamos que la utilización de este tipo de estrategias de participación acerca al centro hacia un modelo de escuela más democrático, participativo e inclusivo.

Palabras clave

Participación comunitaria; Diagnóstico Social Participativo; Investigación - Acción Participativa; línea del tiempo; escuela inclusiva.

Abstract

In this paper we present the experience carried out at the Rural Centre Grouped (CRA) Benavites-Quart of Valencia's province. From the Project Community Participation and democratic school: strategies for the formation of a critical citizenship, the research group MEICRI with the educational center agents, we aim to understand and analyze the community participation in the school. To do this, we use some strategies of Participatory Social Diagnosis (PSD) that allow us to learn more about community participation and begin process of - Participatory Action Research (PAR) at the school. Specifically, of the PSD techniques used, we focus on the timeline, which allows sharing and building together its own history as a center and community.

Among other achievements, we include the increased knowledge of past and present actions by all members of the community and the importance of building together the school we want from tools that facilitate this exchange between equals. As a conclusion, we emphasize the use of such participation strategies bring the center closer to a model of democratic, participatory and inclusive school.

Keywords

Community participation; Participatory Social Diagnosis; Participatory Action Research; timeline; inclusive school.

Introducción

La construcción de la escuela democrática actual sienta sus bases sobre una escuela formada desde y para la comunidad. La participación es uno de los elementos clave que permite a la escuela y al territorio, forjar y establecer rutas y caminos hacia una escuela democrática y plural. La pregunta es ¿qué tipo de participación queremos conseguir?, ¿qué estrategias fomentan esta participación comunitaria?, ¿cómo han de diseñarse estas estrategias para que la favorezcan?, ¿quiénes participan en ellas?,...

Estas son algunas de las preguntas que se formulan desde el proyecto llevado a cabo por el grupo de investigación MEICRI¹, de la Universitat Jaume I, sobre el proyecto “Participación comunitaria y escuela democrática: estrategias para la formación de una ciudadanía crítica”². El objetivo general del proyecto es averiguar qué factores inciden en los procesos de democratización de la escuela intercultural inclusiva y con qué estrategias podemos fomentar la participación comunitaria. El estudio se lleva a cabo a través de un proceso de investigación acción participativa (Elliott, 1989a, 1989b, 1990; Kemmis y McTaggart, 1988) realizado en el Centro Rural Agrupado Benavites-Quart de les Valls (Valencia). En la escuela uno de los objetivos que se hace visible es la necesidad de tomar conciencia de la propia realidad del centro y de su comunidad para así poder plantear y gestionar posibles acciones futuras de manera conjunta. Dentro de estas espirales de acción-reflexión constante utilizamos el Diagnóstico Social Participativo (DSP) como herramienta de partida que nos ayuda en el análisis comunitario de la realidad y en la concientización de la misma, tal y como la describe Freire (1974).

Por ello, en esta experiencia recurrimos en primer lugar a una estrategia del DSP que nos permite conocer, construir y analizar la historia conjunta de la comunidad. La dinámica de la *línea de vida o línea del tiempo* (Alberich et al, 2009) facilita la construcción de la historia del centro a través de la pluralidad de voces enriqueciendo el proceso y facilitando que toda la comunidad parta del mismo punto. Las experiencias se comparten dando la oportunidad de analizar tendencias pasadas, acontecimientos importantes, problemas o triunfos sobre las prácticas en la vida de la comunidad (Aguirre, Sales y Escobedo, 2013).

A lo largo de esta comunicación planteamos el uso del DSP, y en concreto de la *línea del tiempo* que facilita la construcción de una escuela como institución abierta,

¹ Millora Educativa i Ciutadania Crítica: <http://meicri.uji.es/>.

² Este trabajo se enmarca en un proyecto I +D más amplio (Cod: P1·1B2013-32) subvencionado por Universitat Jaume I de Castellón (2014- 2016).

democrática, participativa e inclusiva.

1. El uso del DSP en comunidades educativas democráticas: la línea del tiempo como herramienta de participación

Uno de los objetivos de esta investigación, y compartido con el centro escolar, es construir de manera conjunta una escuela para todos, la escuela del pueblo. Para ello, a través de las espirales de investigación acción participativa (Elliott, 1989a, 1989b, 1990; Kemmis y McTaggart, 1988) en las que se basa este estudio, utilizamos el Diagnóstico Social Participativo (DSP) como herramienta que nos ayuda a romper muros y a la vez posibilita que toda la comunidad educativa pueda realizar de forma conjunta un análisis crítico de su propia realidad.

El origen del DSP surge de la metodología IAP las primeras veces se utilizó para realizar diagnósticos en el ámbito rural bajo el nombre de Diagnóstico Rural Participativo (Bermejo, 2004). Con el tiempo, y el uso en otros ámbitos, (urbano, asociativo, vecinal, escolar, etc.) fue adoptando otros nombres como el que recuperamos en este trabajo. El largo recorrido del DSP ha posibilitado que dispongamos de múltiples experiencias que han utilizado técnicas propias de esta herramienta para fomentar el desarrollo y la participación local (Aguirre, 2012; Wang, 1999; Marchioni, 2001; Rebollo, 2001; Villasante, 1998; Lobillo, 2002; Deltoro, 2006).

En la literatura encontramos múltiples definiciones sobre el DSP. Tras una extensa revisión optamos por adoptar la de Lobillo (2002), quien remarca que el objetivo principal es facilitar espacios de reflexión colectiva que conduzcan a compartir objetivos e iniciar procesos crecientes de participación-acción. En nuestro caso el uso de la herramienta está generado por la necesidad de producir diálogo con la comunidad escolar para identificar y analizar su propia realidad: problemas y necesidades, prácticas y conocimientos, sentimientos, actitudes y percepciones sobre la escuela para así construir de forma conjunta una escuela democrática bajo las bases de la interculturalidad y la inclusión. El DSP implica un proceso de concientización implícito que consiste en tomar conciencia crítica de la realidad con el ánimo de emprender acciones justas para la transformación y la mejora escolar (Freire, 1974).

Para que esto sea posible se ha de promover el diálogo y la discusión desde la comunicación horizontal y el estímulo del potencial crítico y creativo de los participantes a través de estrategias de participación comunitaria. Por ello dividimos el DSP en cuatro fases fundamentales, en cada una de ellas utilizamos diferentes dinámicas de

participación para conseguir (Aguirre, 2012):

- Fase 1: la construcción de la historia de la comunidad escolar.
- Fase 2: la búsqueda de necesidades comunes.
- Fase 3: la priorización y toma de decisiones conjunta.
- Fase 4: la planificación de la acción.

En esta comunicación vamos a centrarnos en presentar la experiencia en la primera de las fases del DSP. Por ello a continuación describimos la dinámica utilizada en esta etapa del diagnóstico.

Para iniciar el proceso de análisis de forma conjunta necesitamos que toda la comunidad arranque del mismo punto de partida. Pero no únicamente eso, debemos facilitar que este punto sea co-construido para que nos permita proyectar juntos y haga visible las percepciones de todas las personas participantes. De este modo la propia dinámica se convertirá en transformación social. En definitiva, esta fase trata de realizar una imagen de la propia comunidad que no sea estática y que se pueda modificar en función de las percepciones y vivencias de los participantes a lo largo de todo el proceso.

Para implementar esta fase utilizamos la dinámica de *línea de vida* o línea del tiempo como la nombra la Red CIMAS en su manual sobre metodologías participativas (Alberich et al., 2009). Con ella se recogerán los acontecimientos claves de la historia de la comunidad que ayudarán a identificar tendencias pasadas, acontecimientos importantes, problemas o triunfos, sobre las prácticas en la vida de la comunidad escolar. Esta dinámica nos facilita la posibilidad de indagar, preguntar o averiguar lo vivido en cada momento desde diferentes miradas. Es fundamental que cada persona aporte desde su subjetividad y vivencias, que el grupo se sienta parte de la comunidad y protagonista del proyecto para que entre todos podamos construir la historia de la escuela en la que nos sintamos parte. De esta manera, podremos entender esos momentos importantes que han afectado a la vida del centro y sus participantes y así, analizar la situación actual y comenzar a definir la línea de acción futura.

2. Estudio de caso: CRA Benavites–Quart de les Valls

Como hemos comentado el estudio se realiza en el CRA Benavites – Quart de les Valls. Se trata de un Centro Rural Agrupado formado por dos aularios situados en dos pueblos contiguos: Benavites y Quart de Les Valls. El primer pueblo tiene alrededor de 650 habitantes y su aulario cuenta con 51 alumnos repartidos entre 2 clases de infantil y

3 de primaria; una por cada ciclo de esta etapa. El segundo pueblo tiene alrededor de 1.100 habitantes y su aulario es de 100 alumnos repartidos entre 3 clases de infantil y 5 de primaria.

En el CRA, aunque ambos aularios se encuentran a una distancia de 2 kilómetros, se planifican actividades conjuntas y se sigue una misma filosofía de centro para construir una escuela que sea de todas y de todos. En este proceso de construcción es donde se realiza una “jornada de puertas abiertas” (una en cada aulario) utilizando distintas técnicas de DSP que nos permiten analizar en qué momento se encuentra el centro y hacia donde podemos orientar las acciones de mejora. De entre las dinámicas realizadas en las jornadas nos centraremos en la dedicada a la línea del tiempo con la finalidad de identificar acontecimientos importantes y hechos que nos ayuden a comprender la historia de vida de la institución.

Para realizar la dinámica se contó con la participación de todas aquellas personas que en algún momento habían asistido al centro, o que actualmente estaban vinculadas al mismo como por ejemplo: alumnado y profesorado (antiguo y actual), voluntariado, familias, etc. Pues difícilmente podríamos construir esa línea de vida si no conocemos todas las historias que la componen.

La técnica se realizó durante la mañana, justo después de la presentación de la jornada. Los participantes entraron en el aulario y de camino a las clases pudieron ver en uno de los pasillos del centro una exposición compuesta por fotografías, libros y objetos, con el objetivo de mostrar las diferentes épocas de la escuela. Con este muestrario se pretendía refrescar la memoria y facilitar el inicio de las conversaciones sobre el pasado del centro. Seguidamente, todos los participantes de la jornada se dividieron en las diferentes aulas para trabajar durante aproximadamente 30 minutos e ir contando al resto las historias “de su tiempo en el colegio”: cómo eran las clases, cómo trabajaban, qué asignaturas tenían, cómo se organizaban, las amistades en la escuela... Fue un momento de compartir entre generaciones las experiencias vividas siendo, en algunos casos, un diálogo muy emotivo. Durante las narraciones se fueron extrayendo diferentes ideas que se anotaron en la pizarra en forma de cuadrante diferenciando dos columnas –pasado y presente–, creando la línea del tiempo de cada grupo. Se ordenaron las ideas en la pizarra y al terminar esta primera fase se utilizó la estrategia de espejo. Con ella se pretendía visibilizar la información trabajada y posibilitar la revisión crítica de la misma. Así, todas las personas participantes disponían de la información que se estaba trabajando durante la misma pudiendo contribuir, modificar, situar... sus aportaciones y las de las demás para

continuar trabajando en el diagnóstico social participativo del centro escolar. Se pasaron las ideas a unas cartulinas en forma de nube. Después se pegaron en los murales del patio para ir dando forma a la línea del tiempo del centro. Para ello, en el patio del colegio, se disponía de un gran papel continuo con la misma diferenciación –pasado y presente– y se le sumó el futuro. Para este último se dejó libertad absoluta para que cada una de las personas que estaba presente en la jornada fuera escribiendo en nubes cómo quería que fuera su escuela. Este espacio fue completado por todos los grupos (y en ambos aularios) obteniendo así dos líneas del tiempo, que una vez informatizadas y contrastadas convergieron en la línea del tiempo del colegio.

A lo largo de esta técnica, se pudieron observar muchos contrastes. Teniendo en cuenta las distintas formas de gobierno por las que ha pasado el centro (incluida la dictadura), las cambiantes leyes orgánicas, la transformación del profesorado, del alumnado... consideramos relevantes algunas apreciaciones:

En primer lugar, destacamos el *acceso a la educación*. En épocas anteriores el hecho de tener acceso a la educación estaba muy marcado por la situación de la familia. Aquellas familias que no tenían mucho dinero no podían permitirse que sus hijos fueran a la escuela y desde bien pequeños empezaban a trabajar. Se puede decir que, a diferencia del modelo actual público y obligatorio, el ir a la escuela era un privilegio al que no todos podían acceder.

Otro rasgo distintivo observado en esta técnica es la *gran influencia religiosa y política* que había en la escuela en el pasado. Entre otras muchas costumbres se rezaba al entrar y al salir de la escuela y cualquier celebración era de carácter religioso. A nivel político, se cantaba todos los días el himno nacional y se escribía en bolígrafo rojo y negro la lección de política de cada día.

En relación a la *decoración* del propio edificio también se apuntan cambios entre la escuela de ayer y hoy. Recuerdan los abuelos que apenas había murales en las paredes y no había la variedad de herramientas y materiales que existe en la actualidad. Así mismo, durante una época se desayunaba en la escuela donde se daba un vaso de leche en polvo a cada niño y se merendaba también un trozo de queso. Una de las cosas más asentadas, tanto en el pasado como en el presente, es el horario escolar. Antes y ahora se acudía al centro de mañana y tarde, en horario partido, aunque algunas personas mayores apuntan que antiguamente los sábados hasta las 12.30h también tenían que asistir a la escuela.

Otro de los temas que relucen en esta jornada son los *valores* transmitidos desde la escuela. En la actualidad la escuela se considera un lugar donde aprender, no sólo

contenidos académicos sino también, un espacio donde aprendemos a convivir ampliamente en una sociedad más abierta y donde los valores y la ética son trabajados a lo largo de toda la escolarización. No obstante, en el pasado la escuela se identificaba totalmente con los contenidos académicos obviando el desarrollo integral de la persona, siendo las directrices gubernamentales las que definían la función de la escuela como institución instructiva.

En la construcción de esta línea del tiempo destaca un elemento tan potente como el *currículum* y las asignaturas que lo conforman. Cabe subrayar el cambio en el tipo de asignaturas, ya que antes las mujeres (y sólo las mujeres) aprendían “labores”, y la apuesta actual por una formación más integral de la persona incorporando asignaturas como la expresión artística y plástica. Se detecta así mismo la influencia anglosajona en nuestro sistema educativo, ya que con el paso del tiempo se opta por desbancar el francés como lengua extranjera para ser el inglés la lengua extranjera predominante.

A través de esta técnica, observamos que el tiempo en esta escuela provoca además cambios en la *manera de “hacer” del docente*. Nos referimos en este caso a cambios en el papel del profesorado y en su relación con el alumnado y miembros de la comunidad. En el pasado, el respeto hacia el profesor era un aspecto incuestionable. Muchas veces su forma de motivar y de hacerse respetar era a través del castigo físico. De ahí el dicho que recuerdan: “la letra con sangre entra”. Así mismo, la relación entre las familias, el alumnado y el profesorado era de cordialidad y existía un distanciamiento muy marcado entre los distintos colectivos. En la actualidad también aparece la relación de respeto pero no sólo hacia el profesor, sino también hacia todas las personas; y la manera de hacerse respetar es muy distinta a la del pasado. La relación y la comunicación entre las familias y los maestros de la escuela es ahora mucho más activa y horizontal. Aparece un fuerte interés por parte del profesorado por establecer una relación de igualdad entre las familias, el alumnado y el profesorado, intentando generar espacios en los que la participación democrática de todos los miembros de la comunidad educativa sea posible.

La *dinámica de las clases* en el día a día también es bien distinta con respecto al pasado. No sólo por la ratio, que antiguamente era más alta, sino también por el tipo de trabajos realizados en las aulas. A diferencia de la actualidad, los alumnos realizaban todos los trabajos de manera individual y nunca en grupos o de manera cooperativa. Así mismo, el tipo de aprendizajes realizados iban muy ligados a la práctica de la caligrafía, la importancia de la ortografía y a la memorización del temario impartido. Actualmente, estos aprendizajes han sido desplazados por el peso educativo de procesos como la

comprensión y reflexión sobre el mundo y lo vivido a la hora de abordar el temario.

Una vez cerrado el repaso a la historia del centro, las familias, el alumnado, el profesorado y el vecindario, destacan que el modelo educativo y la manera de “hacer escuela” de este centro es todo un privilegio. No saben cómo seguirá la historia, pero sí que la manera de hacerlo será compartida entre todas y todos sus miembros.

Conclusiones

A modo de conclusión queda añadir que la técnica de la línea del tiempo en sí misma no asegura ningún éxito en la transformación de la escuela aunque sí facilita la participación de la comunidad. Sin duda, si hay una clave para analizar críticamente el pasado y dar los pasos previos para construir el futuro es la voluntad de las personas. Por eso, la predisposición del colegio y la de sus respectivos pueblos ha sido la llave que ha abierto “el baúl de los recuerdos”. Así como la voluntad de las personas que han deseado sacar polvo al pasado y revivirlo de forma compartida con toda la comunidad. Dos pueblos que han decidido poner sus voces para el bien común en pro de la mejora educativa y por qué no decirlo de su propia vida.

Por otro lado, no hay que desmerecer la técnica empleada. Queremos resaltar que la línea del tiempo ha sido especialmente útil en este centro para dinamizar la participación de las personas que han intervenido de un modo u otro en la transformación de la escuela. El hecho de ser una escuela con un recorrido extenso y diverso demanda herramientas que faciliten el trabajo de reconstrucción de la memoria del colegio. Así, con esta dinámica hemos podido revisar todo el camino andado, poniendo encima de la mesa un gran número de visiones para abarcar la mayor complejidad posible. El objetivo de esta primera fase del diagnóstico se ha abordado de una forma más completa. La posibilidad de que en la transformación de la escuela toda la comunidad parta de los mismos conocimientos ha posibilitado que la historia del centro se reconstruya de manera conjunta. De esta forma, una tarea que inicialmente parece cuanto menos compleja ha acabado siendo mucho más sencilla, con la puesta en práctica de “la línea del tiempo”.

Para finalizar cabe destacar que el proceso de transformación de un centro es un proceso complejo. Si bien es cierto que las dinámicas de DSP nos ayudan a la hora de realizar un diagnóstico participativo y democrático, y posteriormente a priorizar los cambios para iniciar mejoras, cabe destacar que en última instancia son las personas las que hacen posible que el cambio o pequeñas transformaciones se produzcan. Por eso, más

importante que la técnica es que haya un objetivo compartido hacia el cambio.

Además, la importancia de la técnica reside en el uso que se le da a la misma. En este caso no tendría sentido hablar de la construcción de una escuela más democrática, y participativa y que dicha construcción se realizará con las voces de unos pocos. Por eso, es esencial la participación horizontal y activa de todos los miembros tanto profesorado como alumnado, familias, vecindario y el propio grupo de investigación que participa en el proceso. Pues con estas dinámicas posibilitamos que todas las personas se sientan parte del proyecto común facilitando espacios para dialogar, reflexionar y actuar de forma comunitaria.

Como acciones futuras destacamos la importancia no sólo de llevar a cabo estas técnicas sino de proceder a un análisis compartido de las mismas, contando de nuevo con la participación e implicación de todas las voces.

Bibliografía

- Aguirre, A. (2012). *Diagnóstico social participativo, desarrollo local y participación social: un estudio de caso sobre participación juvenil en la Comarca Els Ports*. Trabajo de investigación: Universitat Jaume I (material inédito).
- Aguirre, A.; Sales, A. y Escobedo, P. (2013). Construyendo la escuela intercultural inclusiva desde el diagnóstico social participativo. XI Congreso Internacional, XXXI Jornadas de Universidades y Educación Inclusiva: La Escuela Excluida. Universitat Jaume I, Castellón. *Quaderns digitals.net*.
- Alberich et al. (2009). *Manual de metodologías participativas*. Red CIMAS.
- Bermejo, L; Lobillo, J. y Molina, C. (2004). Aportes del DRP (Diagnóstico rural participativo) a las metodologías participativas y aplicación a la gestión de los recursos naturales de la Gomera. En Encina, J. *Praxis participativas desde el medio rural*. Iepala Editorial: CIMAS.
- Deltoro, E. (2006). *Cómo trabajar con adolescentes en el tiempo libre*. Zaragoza: Libros Certeza.
- Elliott, J. (1989a). Action-Research: normas para la autoevaluación en los colegios. En AA.VV. *Investigación/Acción en el aula*. València: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència de la Generalitat Valenciana (2ª edición).
- Elliott, J. (1989b). Mejorar la calidad de la enseñanza mediante la investigación en la acción. En AA.VV. *Investigación/Acción en el aula*. València: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència, Generalitat Valenciana (2ª edición).
- Elliott, J. (1990). *La investigación-acción en educación*. Madrid: Morata.
- Freire, P. (1974). *Concientización: teoría y práctica de la liberación*. 3. Ed. Bogotá: Asociación de Publicaciones Educativas.
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (1988). *The action research planner*. Victoria: Deakin University.
- Lobillo, J. (coord.) (2002). Experiencias de diagnóstico rural participativo. *Dossiers d'extensió universitària*, 2. Universitat Jaume I.
- Marchioni, M. (2001). *Comunidad, participación y desarrollo*. Madrid: Ed. Popular.
- Rebollo, Ó. (2001). El Plan Comunitario de Trinitat Nova: una experiencia de

participación ciudadana, *Mientrastanto*, 79.
Villasante, T. R. (1998). *Cuatro redes para mejor vivir, vols. I y II*. Buenos Aires: Lumen.
Wang, C. (1999). Photovoice: a participatory action research strategy applied to women's health. *Journal of womens health. Vol. 8,(II)*.

Agradecimientos

A todo el profesorado, alumnado, familias y personas implicadas en el CRA Benavites – Quart de les Valls.

Biografía

Arecia Aguirre García-Carpintero es Licenciada en Psicología y en Psicopedagogía por la Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente es estudiante de doctorado del Departamento de Educación de la misma universidad. Pertenece al grupo de investigación MEICRI que tiene como objetivo la mejora educativa y la promoción de una ciudadanía crítica; y al Seminari Garbell que trabaja la participación ciudadana, el desarrollo local y la transformación social. Sus líneas de investigación actuales son la participación y transformación social, la educación de jóvenes en su tiempo libre, el aprendizaje dialógico y cooperativo y la educación para la diversidad sexual. Ha participado en Congresos Internacionales y ha publicado en revistas de investigación sobre estas temáticas. Correo electrónico: aaguirre@uji.es.

Jordi Català Llorca es estudiante de Magisterio de Primaria proveniente del mundo del deporte, con más de 10 años de experiencia en el sector. Actualmente es becario del grupo en investigación del proyecto del colegio CRA Benavites-Quart. Realiza talleres de habilidades cooperativas en la Universidad Jaume I. Ha presentado una comunicación en el II Congreso Internacional sobre Aprendizaje Permanente Competencias para una ciudadanía crítica: aprendizaje a lo largo de la vida (2012) desarrollado en la UJI. Correo electrónico: al225332@alumail.uji.es.

Ana Doménech Vidal es diplomada en Magisterio en Educación Musical y Licenciada en Psicopedagogía por la Universitat Jaume I de Castellón (España). Tras estos estudios realizó el Máster de Intervención y Mediación Familiar de la misma universidad, lo que le permitió el acceso al programa de doctorado de Educación Secundaria de dicha universidad. Actualmente es profesora ayudante de la asignatura de Didáctica y Organización Escolar en el Grado de Maestro en Educación Primaria. En los últimos años ha realizado trabajos de investigación sobre discapacidad, educación inclusiva y la visión de las familias sobre la inclusión. En la actualidad, centra su actividad investigadora en la realización de su tesis doctoral sobre temas como discapacidad, inclusión educativa y social así como metodología de investigación biográfico-narrativo (historias de vida). Correo electrónico: adomenec@uji.es.

Paula Escobedo es profesora ayudante del Departamento de Educación, Universidad Jaume I de Castellón. Es diplomada en Magisterio de Educación Musical y licenciada en Psicopedagogía y ha cursado el Máster de Mediación e Intervención Familiar por la Universidad Jaume I. Actualmente está realizando su tesis doctoral en el departamento de Educación de la misma Universidad. Ha participado en proyectos de investigación centrados en la escuela intercultural inclusiva, diversidad sexual e historias de vida. Correo electrónico: pescobed@uji.es.

Claves para comprender los procesos de democratización en la escuela. Una aproximación teórica

Keys to understanding the processes of democratization in the school. A theoretical approach

Paola Ruiz Bernardo, Universitat Jaume I de Castellón

Joan Traver Martí, Universitat Jaume I de Castellón

Odet Moliner García, Universitat Jaume I de Castellón

Resumen

Los proyectos que hemos emprendido en los últimos cinco años, siguiendo los presupuestos de la Investigación Acción Participativa (Elliott, 1989a; 1989b; 1990), pretenden desarrollar procesos de innovación y mejora en los centros escolares desde la colaboración y el compromiso con el propio territorio y con sus agentes educativos y comunitarios. Actualmente tratamos de poner el foco en la participación democrática de la comunidad y contribuir a la construcción de conocimiento pedagógico sobre la manera de conseguirla.

Cuando empezamos a hablar de procesos de democratización en la escuela encontramos que no existe una definición única ni una completa diferenciación entre conceptos similares como escuela o procesos democráticos, inclusivos, interculturales o participativos. Más bien observamos que se da una necesaria complementación y enriquecimiento entre todos ellos, confluyendo en un mismo movimiento que en este artículo caracterizamos desde la democratización de la escuela. Por ello, presentamos una revisión teórica que nos permita sentar las bases y aprender de otras experiencias semejantes. Nuestro objetivo es presentar un marco teórico que ayude a comprender cómo se han ido desarrollando los procesos de democratización en contextos escolares y los elementos claves que influyen en el proceso.

Palabras clave

Participación comunitaria; escuela democrática; ciudadanía crítica; comunidad escolar; escuela inclusiva.

Abstract

In the last five years we have undertaken a number of projects implementing the principles set by Participatory Action Research (Elliott, 1989a; 1989b; 1990). They intend to develop processes of innovation and improvement in schools, taking into account the collaboration and commitment with the territory and its educational and community agents. At present, we are trying to put the focus on democratic participation of the community and contribute to the construction of pedagogical knowledge on how to do so.

When we started talking about processes of democratization in the school, we found that there was not a single definition nor a complete distinction between concepts such as school, democratic, inclusive, intercultural or participatory processes. We rather think that they are necessarily complementary and mutually enriching each other, coming together in a same movement that in this article we are approach from the democratization of the school. Thus, in this paper we present a theoretical revision that will allow us to lay the groundwork and learn from other similar experiences. Our goal is to present a theoretical framework that helps understand how democratization processes in school settings have developed and which are the key elements that influence the process.

Keywords

Community participation; democratic school; critical citizenship; school community; inclusive school.

1. Introducción

Si queremos conseguir y mantener una forma de vida democrática necesitamos oportunidades para aprenderla y practicarla. Todos los sistemas sociales cuentan con una serie de instituciones, actividades, programas y medios con un gran poder socializador. Todos en conjunto, y cada uno en particular, poseen, facilitan o regulan el desarrollo de la capacidad de los seres humanos para ejercer influencias de mejora entre las personas. Todos están vinculados a modelos sociales y patrones humanos deseables. Todos participan o generan los dinamismos del sistema educativo que permiten a una sociedad determinada, y al grupo humano que la conforma, mantener o transformar las estructuras, las finalidades, los procesos y los sistemas de relación que regulan y guían su convivencia.

En el caso particular de la forma de vida democrática, la escuela al igual que las demás instituciones sociales, no puede ni debe estar al margen de este dinamismo. Más bien al contrario, desde este punto de vista, la escuela se convierte en un lugar idóneo donde aprender y practicar los fundamentos de la vida democrática. Fundamentos que, como acertadamente señala Guarro (2005), no consisten sólo en cumplir los rituales electivos de la democracia representada, sino que implican asumir el compromiso de reconstruir democráticamente su cultura:

Genéricamente, una escuela democrática es una escuela justa, es decir, una escuela comprometida con la reconstrucción democrática de su cultura para poder integrar adecuadamente a todo su alumnado, sin ningún tipo de discriminación, y ofrecerle una buena (valiosa, útil) educación que le permita participar en la sociedad (Guarro, 2005:18).

La cultura de la escuela democrática, para Bolívar (2002), se refleja en la manera en que valores como la solidaridad, la justicia, la tolerancia, la interculturalidad o el desarrollo sostenible, forman parte del currículo escolar y de la gestión de la vida del centro.

Nuestro objetivo, en este trabajo, es presentar un marco teórico que ayude a comprender cómo se han ido desarrollando los procesos de democratización en contextos escolares y los elementos claves que influyen en esos procesos.

2. ¿Qué entendemos por escuela democrática?

Desde una visión histórica Le Gal (2009) sitúa los inicios de la escuela democrática en los pedagogos contemporáneos como Freinet (1939) que fueron pioneros en la promoción de la escuela de la solidaridad, la participación o la autogestión. Ya Freinet reclamaba, acercándose al concepto de escuela democrática, el derecho del niño a la plena participación en la gestión de la vida social y en las actividades y aprendizajes de la escuela.

En este sentido, la “escuela democrática” plantea la necesidad de que la institución escolar antes que formar estudiantes exitosos o exitosas forme ciudadanos y ciudadanas activas o, en palabras de Delors (1993), una escuela que dé a cada persona la capacidad de participar activamente durante toda la vida en un proyecto de sociedad. Desde este referente concebimos una escuela democrática como:

[...] aquel escenario que por su estructura y funcionamiento supone un ejercicio práctico de la democracia porque ya su mismo currículum implica oportunidades continuas de explorar las cuestiones que afectan a sus integrantes, de imaginar respuestas a los problemas y de guiarse por ellas (Apple y Beane, 1999).

Visto así, la educación para la democracia requiere que la escuela se convierta en “una institución que sea, provisionalmente, un lugar de vida para el niño, en la que éste sea un miembro de la sociedad, tenga conciencia de su pertenencia y a la que contribuya” (Dewey, 1997). La escuela tiene que crear el ambiente de la sociedad que deseamos, y si lo que queremos es una sociedad democrática, el ambiente de la escuela tendrá igualmente que ser democrático.

Las escuelas democráticas están pensadas para ser lugares democráticos, de forma que la idea de democracia también afecta los numerosos roles que los adultos ejercen en las escuelas. Esto significa que los educadores profesionales, como los padres, los activistas de la comunidad y otros ciudadanos tienen derecho a una participación plenamente informada y crítica en la creación de las políticas y los programas escolares para sí mismos y los jóvenes (Apple y Beane, 1997: 22).

Pero además, para que esta escuela se convierta en motor del fundamento y modo de vida democrático precisa, en primer lugar, orientar su acción educativa hacia su propio territorio y su comunidad. Por ello, una escuela democrática debe configurarse también como una escuela comunitaria que, siguiendo a Trépanier y Beauregard (2013), tiene cinco principios base: el proyecto educativo guía todas las actividades que se desarrollan por docentes cualificados que tienen altas expectativas sobre su alumnado;

el alumnado está motivado e implicado en sus aprendizajes; se responde a las necesidades físicas, mentales y emocionales del estudiantado y de sus familias; entre padres, profesorado y personal de la escuela existe respeto mutuo y colaboración efectiva; la implicación de la comunidad (Blank, Melaville y Shah, 2003). Para Trépanier y Beauregard (2013: 13): “la escuela comunitaria es la que desarrolla los lazos necesarios con su comunidad para utilizar y al mismo tiempo compartir con ella los recursos necesarios para su misión educativa. La escuela comunitaria comparte los preceptos de la educación ciudadana”.

A partir de estos mínimos conceptuales nos proponemos clarificar los elementos clave que contribuyen a la construcción de la escuela democrática, desde la coherencia entre las estructuras formales e informales que la sustentan y desde las relaciones que se establecen entre ellas. Elementos que contribuyen no sólo a vivir la democracia, sino también desde una visión crítica, a pensar sobre ella.

3. Claves para construir la escuela democrática

Para desarrollar un proceso de transformación hacia una escuela democrática se necesita de ciertos factores que coadyuven. Estos factores, que transforman de modo especial el espacio relacional, hacen que los actores establezcan un ejercicio o vivencia de la democracia en sí misma, con todas las complejidades y conflictos que van a estar presentes en este tipo de vida. De acuerdo con Muñoz (2011a) las condiciones básicas para la democratización de las escuelas son: espacios y tiempos reales para desarrollar la participación, derecho a la autodeterminación, participación en la toma de decisiones, liderazgo democrático de las autoridades de la escuela, restablecimiento de lazos con las organizaciones de la comunidad, y finalmente, que los propios actores de la escuela inicien procesos autoformativos.

En función de cómo defina cada centro lo que entiende por comunidad educativa, el grado de apertura y de relaciones con el propio territorio y las vías, tipos de participación y elementos sobre los que participar, las relaciones entre la comunidad educativa y el centro variarán de forma significativa. En la literatura pedagógica se señala la implicación y la participación familiar y comunitaria como uno de los factores que, adecuadamente potenciados y optimizados, contribuyen de forma significativa al éxito escolar y a propiciar una mejora de la igualdad de oportunidades en la escuela (Apple y Beane, 1999; Bolívar, 2000; Jiménez y Pozuelos, 2001; Elboj y otros, 2002;

Alcalde y otros, 2006; entre otros). Pero además de facilitar las condiciones para la participación democrática se trata de favorecer prácticas colaborativas de trabajo para la toma de decisiones, lo que implica a su vez establecer relaciones menos jerarquizadas y abrirse al entorno creando lazos con el territorio.

Si nos centramos en la relación que escuela y comunidad establece en pos de una educación democrática que responda a las expectativas de ambas partes, podemos enunciar algunas de estas claves que recogemos a continuación.

3.1. La participación democrática de la comunidad educativa

El significado de la participación va más allá del puro formalismo de la constitución y de las reuniones prescriptivas del consejo escolar y comisiones derivadas. Se requieren fórmulas de mayor implicación y participación democrática de las familias, alumnado, profesorado y otros agentes comunitarios. Y ello, de acuerdo con Apple y Beane (1997), requiere de una vivencia activa de la democracia en la escuela. Se pretende que la propia comunidad analice la realidad social y aprenda habilidades de acción y modos alternativos de compromiso en la transformación de la sociedad, para así garantizar una participación plena en la toma de decisiones y en la construcción del conocimiento colectivo. Para Muñoz (2011b) todo proceso participativo necesita del diálogo y de la generación de espacios de reflexión crítica, que permitan deconstruir significados que arraigados en la cultura de las organizaciones y en los propios sujetos. Esto exige salir de las lógicas impuestas por el poder hegemónico respecto a los procedimientos y formas de participar, para buscar nuevas formas de organización e iniciar procesos de democratización de la cultura escolar.

La importancia de la participación de la comunidad y sus beneficios ha sido referenciada en varias investigaciones internacionales. Por ejemplo, desde el modelo de comunidades de aprendizaje se muestran evidencias de los efectos que tiene en el rendimiento académico del alumnado; los resultados señalan que los modelos que implican un mayor grado de participación y que más contribuyen al éxito escolar son la participación decisoria, la evaluativa y la educativa (CREA, 2011). Por otro lado, la participación del alumnado en la toma de decisiones reales en las escuelas ha sido un aspecto especialmente estudiado en los últimos años. Gribble (2006) ha sido uno de los más críticos considerando insultante la indiferencia hacia las preocupaciones de un alumnado que, cuando se le tiene en cuenta, toma decisiones responsables e

importantes. También en esta línea Susinos y Ceballos (2012) presentan un interesante estudio sobre la voz del alumnado.

Por lo que respecta a la participación familiar en la escuela comunitaria, uno de los modelos más utilizados para su estudio es el propuesto por Epstein (1992; 2001), que establece seis tipos de colaboración escuela–familia–comunidad (Epstein et al., 2002): crianza (*parenting*), comunicación, voluntariado, aprendizaje en el hogar, toma de decisiones y colaboración con la comunidad. Para las familias esta participación activa no debe ser sólo una oportunidad de configurar su condición de ciudadanos. Con su aportación contribuyen a visibilizar la determinación democrática de asumir la escuela como una verdadera comunidad, en la que lo educativo pasa a ser una construcción colectiva donde se necesita la intervención de todos los sectores implicados (Martínez Bonafé, 2011). Por otro lado esta lógica de la participación adquiere mayor relevancia si cabe, entre familias que viven en el medio rural (Bustos Jiménez, 2011). También los beneficios de la participación de las familias en las escuelas están documentados en el caso de miembros de minorías culturales y en los estudiantes con discapacidad (Porter, 1997), resaltando su efectividad para superar las desigualdades de género (Oliver, Soler y Flecha, 2009).

En este sentido, la acción colaborativa es un factor clave que facilitará la cooperación y la corresponsabilidad en la toma de decisiones, lo que sin duda nos lleva a hablar de una participación auténtica, una intervención activa que trascienda el simple establecimiento de vías para la información y la consulta. En definitiva, consideramos fundamental la articulación de canales que favorezcan la interrelación entre todos los componentes de la comunidad educativa, y entre éstos y el contexto en el que se ubican como aspecto clave para garantizar la participación democrática y la construcción de escuelas democráticas.

3.2. El liderazgo democrático

El uso del diálogo, la colaboración, las estrategias de negociación para manejar conflictos durante el proceso de cambio y la participación son las claves que destacan tanto el profesorado como las familias implicadas en experiencias de transformación escolar. Así, más allá de las propuestas “clásicas” de liderazgo instructivo (Blase y Blase, 1998), surgido de la línea de Eficacia Escolar, o liderazgo transformacional (Bass, 1998), ligado al movimiento de Mejora de la Escuela, se han propuesto formulaciones tales como las de Liderazgo Sostenible (Hargreaves y Fink, 2006),

Sistémico (Higham, Hopkins y Matthews, 2009), Distribuido (Spillane, 2006), Para el aprendizaje (McBeath y Dempster, 2008) o Inclusivo (Ryan, 2006). Todas ellas, aun enfatizando en diversos aspectos, destacan la importancia de un liderazgo que facilite la participación y el desarrollo de la comunidad y, con ello, la creación de escuelas inclusivas para la justicia social.

En relación al liderazgo ejercido en las escuelas democráticas, Guarro (2005) afirma que es necesario partir de dos supuestos. El primero es la imposibilidad de comprometerse y desarrollar un proceso de reconstrucción escolar sin liderazgo. El segundo hace referencia a aquello que entendemos por liderazgo válido para enfrentar la cuestión. El liderazgo, en este sentido, no deberá entenderse como una responsabilidad unipersonal, sino como una función propia de la escuela democrática. A pesar de ello, el autor defiende que para iniciar el proceso será necesario, en la mayor parte de las ocasiones, que algunas personas con carisma tomen la iniciativa en el camino de transformación democrática de la cultura escolar. Guarro (2005) se basa en trabajos anteriores que definieron el liderazgo desde distintos enfoques. Así nos encontramos en primer lugar con el liderazgo denominado transaccional y transformacional (Leithwood, Begley & Cousins, 1990). Este modelo se basa en lo colaborativo y en lo distribuido (Leithwood, 1994) para otorgar cuotas de poder a todos los actores de la comunidad educativa. En cuanto al profesorado, se consigue que este colectivo trascienda sus propios objetivos para abrazar los del conjunto de la escuela. Toma también en consideración el modelo de liderazgo facilitador definido por Lashway (1995) basado en el rendimiento del alumnado y que tiene como objetivo alcanzar los aprendizajes previstos. Con este modelo se pretende *ejercer el poder a través de los demás* (Guarro, 2005) y se promueve una escuela capaz de adaptarse, resolver problemas y mejorar sus resultados (Conley y Goldman, 1994). Destaca especialmente el liderazgo humano y cultural definido por Sergiovanni (1984) que se fundamenta en las relaciones humanas e interpersonales y fomenta el establecimiento de la cooperación dentro de la escuela y fuera de ella entre los diversos grupos que conforman la comunidad. Al mismo tiempo facilita las oportunidades de desarrollo profesional de los miembros de la institución educativa, a través de una moral de centro basada en la participación horizontal en la toma de decisiones. Este enfoque se centra en definir, fortalecer y articular aquellas cuestiones que otorgan a la escuela una identidad cultural propia, y que conducen hacia un proyecto educativo propio desde presupuestos democráticos.

En definitiva, entendemos el liderazgo democrático como aquel que prioriza la

participación de los agentes de la comunidad y confía en su capacidad para tomar las decisiones que más le convienen de acuerdo con su proyecto educativo.

3.3. La inclusión de la escuela en el territorio

El grado de apertura y la permeabilidad entre lo que ocurre en la escuela y su entorno y viceversa son factores claves que nos remiten de nuevo a la visión comunitaria de la escuela. Cuando hablamos de comunidad educativa hay que tener en cuenta una definición amplia de este concepto:

El concepto comunidad [...] se enriquece en relacionarlo con el de territorio (distrito). El barrio, la localidad, el territorio, no es sólo el espacio por el que se transita y se desarrollan nuestras acciones cotidianas es también un entorno educativo y de convivencia que vale la pena tener en cuenta (Jiménez y Pozuelos, 2001:13).

Se trata de abrir el centro escolar a su entorno con el objetivo de conseguir una influencia mutua. El entorno escolar se entiende así como un objeto de aprendizaje, sobre lo que reflexionar y analizar, y un recurso didáctico. De esta manera se camina hacia un currículo comunitario, integrador, ni localista ni etnocéntrico, que permite y busca la participación de todos los sectores sociales que componen la escuela y que propicia la intervención crítica en el entorno y la transformación del mismo en un sentido más solidario (Jiménez y Pozuelos, 2001). De hecho es imprescindible no reducirse o limitarse al entorno inmediato; pensamos que los criterios de proximidad en el aprendizaje no deben limitarse exclusivamente a los meramente espaciales, sino que hay que abarcar otros aspectos: ideológicos, experienciales, vitales, etc.

Para ello es importante facilitar y potenciar la participación de los diferentes sectores que componen la comunidad educativa mediante la constitución de redes de colaboración y la flexibilización de las estructuras de participación. De esta forma se propicia la porosidad y permeabilidad necesaria entre los diferentes ámbitos del universo educativo: educación formal, no formal e informal.

4. Para seguir indagando

Todo lo dicho hasta ahora nos permite establecer tres ejes sobre los que se articulan las escuelas democráticas: la participación democrática, el liderazgo democrático y la inclusión en el territorio. Sin embargo, de la revisión de la literatura, obtenemos una visión compleja y multidimensional de cada uno de ellos, de manera que

el debate conceptual sigue abierto y las concreciones prácticas de las escuelas democráticas son múltiples y variadas. Por ello, más que conclusiones, presentamos aquí algunas cuestiones para la reflexión sobre las que seguir indagando, aspectos sobre los que pararse a pensar en los procesos de construcción de escuelas democráticas. Procesos, la mayor parte de las veces, problemáticos y turbulentos porque son radicales y opuestos a las inercias institucionales de las propias escuelas.

Una cuestión que parece clara es que todas las experiencias de escuelas democráticas no buscan la adaptación del currículo al contexto sino que, siguiendo los planteamientos de Vygotsky (1979), trabajan desde la transformación de las condiciones contextuales de aprendizaje, partiendo de la consideración de que son éstas las principales responsables de las desigualdades y desventajas educativas. Es decir, democratizar la escuela pasa por transformar el contexto educativo en otro más amplio donde quepan todas las diferencias y donde se produzca una ampliación cultural de las propuestas educativas, es decir, construir una escuela donde se eduque desde una orientación intercultural e inclusiva.

Como hemos visto, las claves para esta transformación son:

- a) la participación democrática que implica trabajo colaborativo y toma de decisiones consensuadas,
- b) el liderazgo democrático, que implica diálogo igualitario y consenso argumentativo
- c) la apertura al entorno que implica una reconstrucción de carácter bidireccional entre la escuela y el territorio en el que está inscrita.

Las experiencias educativas sobre la participación y la acción conjunta de la comunidad educativa (estudiantes, profesorado, familias y agentes sociales y comunitarios) suponen un reto al tratarse de procesos continuos que muchas veces tienen principio pero no final. Los posibles conflictos entre los implicados actúan como elementos dinamizadores de las experiencias de aprendizaje. En este sentido, una aportación interesante para aprender a vivir la democracia en la escuela sería aprovechar los conflictos para analizar la realidad escolar y mejorar los proyectos educativos. Cobra relevancia entonces, cómo se abordan y se gestionan los conflictos entre las partes. En la práctica este aspecto se concreta en cuestiones del tipo: ¿Cómo fomentar en un entorno tradicionalmente profesionalista que las propuestas de las familias, de los activistas de la comunidad y de los estudiantes tengan garantizada una participación plenamente informada y crítica? ¿Qué estrategias garantizan que el estudiantado pueda

participar, como individuos y como grupo, en la gestión de la vida social, en las actividades y el aprendizaje, y ejerzan su responsabilidad en la aplicación de las decisiones, incluso en la administración de justicia en la comunidad? ¿Cómo se genera el sentido de pertenencia de todo el estudiantado, con un énfasis especial en aquellos más vulnerables que tradicionalmente han sido excluidos de los procesos de participación e incluso de los procesos de aprendizaje? ¿Con qué herramientas de resolución de conflictos y de búsqueda del entendimiento contamos los miembros de la comunidad? ¿En dónde reside la responsabilidad sobre su aprendizaje? ¿Qué estructuras favorecen o dificultan la participación comunitaria? ¿Es la participación comunitaria un aspecto de máximos o de mínimos? ¿Conseguir la participación es un objetivo de las escuelas democráticas o un medio para conseguir escuelas democráticas?

En cuanto al liderazgo democrático, extensa es la literatura sobre conceptos afines e interminable el debate sobre los matices de cada uno: liderazgo participativo, transaccional, transformacional, distribuido, facilitador, humano, cultural, sistémico, sostenible, inclusivo...

Muchas son las ventajas sobre el liderazgo democrático referenciadas en la literatura, no obstante, consideramos que es necesario seguir indagando y nos planteamos cuestiones sobre: ¿Qué estrategias incluir en los procesos de toma de decisiones para evitar perderse en discusiones inacabables y qué criterios para llegar a acuerdos y hacer las reuniones más eficaces? ¿Cómo recoger la voz de todos, incluso de los que callan? ¿Cómo evitar que algunas personas monopolicen el proceso de toma de decisiones? ¿Es el diálogo la única estrategia para la participación y el consenso? ¿Por qué recurrimos solamente a los métodos orales en detrimento de otras formas de expresión más creativas e inclusivas? ¿Qué hay de los silencios, de lo “no dicho” o “no hecho”? Puesto que los procesos de democratización en las escuelas son transformaciones lentas y problemáticas ¿no sería más efectivo, al menos en las fases iniciales, un liderazgo autocrático? ¿Puede desvincularse el liderazgo de las estructuras de poder visible e invisibles presentes en todos los centros?

Respecto al tercer elemento clave la apertura al entorno nos remite a la inclusión, pertenencia e imbricación de la escuela y del territorio. Indiscutible es el hecho de que las escuelas democráticas y comunitarias se deben a la comunidad local (barrio, ciudad, pueblo...) pues es ahí donde radica toda su potencia formativa, aprovechando las potencialidades educadoras del entorno más inmediato. En este sentido, los campos educativos salen del entorno físico del edificio escolar para dar paso a una visión

extendida de la educación que contempla la actuación formativa junto con las familias, el barrio o el municipio. Las comunidades locales se ven obligadas a generar redes educadoras, a generar espacios de trabajo compartido para la resolución de problemas locales de una comunidad: familias, entidades culturales, deportivas, agentes municipales, museos, servicios sociales, asociaciones, ONG, empresas, según cada territorio. Algunos proyectos de ciudades educadoras van en este sentido. De ahí que, de nuevo pensando en la acción, formulamos intereses y preguntas que nos sugiere la reflexión sobre este tercer elemento clave: ¿Qué formatos o protocolos serían los idóneos para definir los espacios y tiempos de actuación comunitaria? ¿Desde dónde se genera la necesidad o cómo generar la necesidad de cambio en /desde las partes escuela-comunidad-municipio? ¿Qué prácticas más allá de las festivas y lúdico-folklóricas permiten una vinculación real de escuela y entorno? ¿Cómo evaluar el impacto transformacional en el territorio? ¿Qué modelos ayudan a analizar las verdaderas transformaciones comunitarias y desde que criterios de verdad se valoran, atendiendo al mismo tiempo a la diversidad de personas/entidades que conviven y viven los procesos? ¿Cómo indagar sobre ellos de manera que la investigación sea, a su vez, inclusiva y democrática?

En definitiva, esta comunicación no puede acabar sino con una reflexión acerca del largo camino que nos queda por recorrer, no sólo desde la teoría sino desde la práctica y desde la investigación sobre la práctica, pues sólo así conseguiremos sociedades más democráticas, justas y equitativas.

Bibliografía

- Alcalde, A. Y otros (2006). *Transformando la escuela: comunidades de aprendizaje*. Barcelona: Graó.
- Apple, M. y Beane, J. (Comps.) (1999). *Escuelas democráticas*. Madrid: Morata
- Arvind, G. R. (2009). Local democracy, rural community, and participatory school governance. *Journal of Research in Rural Education*, 24(2).
- Bass, B.M. (1998). *Transformational leadership*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Blank, M, Melaville, A. y Shah, BP. (2003). *Making the difference: research and practice in community schools*. Washington: Coalition for Community Schools.
- Blase, J. y Blase, J. (1998). *Handbook of instructional leadership: How really good principals promote teaching and learning*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Bolívar, A. (2000). Los centros escolares como comunidades. Revisando la colegialidad. *Revista Española de Pedagogía*, 216, 253-274.
- Bolívar, A. (2002). Nuestra propuesta de educación democrática. *Cuadernos de Pedagogía*, 317, 53-56.
- Bustos Jiménez, A. (2011). Escuelas rurales y educación democrática. La oportunidad de la participación comunitaria. *REIFOP*, 14(2). Recuperado de

- http://www.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1311954573.pdf.
- Conley, D. T. & Goldman, P. (1994). *Facultative Leadership: How principals lead without dominating*. Eugene: School Study Council.
- CREA (2011). *Actuaciones de éxito en las escuelas europeas*. MEC-CREADE.
- Delors, J. (1993). *La educación encierra un tesoro*. París: Santillana.
- Dewey, J. (1997). *Democracia y educación*. Madrid: Morata.
- Elboj, C.; Puigdemívol, I.; Soler, M. y Valls, R. (2002). *Comunidades de aprendizaje. Transformar la educación*. Barcelona: Graó (1a edición).
- Elliot, J. (1989a). Towards a professional code of research practice. *Research Intelligence*, February.
- Elliot, J. (1989b). Educational Theory and the Professional Learning of Teachers: an overview Cambridge. *Journal of Education*, 19(1), 81-101.
- Elliot, J. (1990). *La investigación-acción en educación*. Barcelona: Morata.
- Elliot, J. (2001). *School, family, and community partnerships: Preparing educators and improving schools*. Boulder: Westview.
- Epstein, J. (1992). School and family partnerships. En Alkin, M. (Ed.), *Encyclopedia of educational research* (pp. 1139-1512). Nueva York: MacMillan.
- Epstein, J., et al. (2002). *Shcool, Family and Comunity Partnerships, Your Handbook for Action*. Thousand Oaks: Corwin Press.
- Feito, R. y López, J. I. (2008). *Construyendo Escuelas Democráticas*. Barcelona: Hipatia Editorial.
- Fernández Enguita, M. (2001). A la busca de un modelo profesional para la docencia: ¿liberal, burocrático o democrático? *Revista Iberoamericana de Educación*, 25, enero-abril, 2001. Disponible en: <http://www.campus-oei.org/revista/rie25f.htm>
- Freinet, C. (1939). L'École au service de l'idéal démocratique. *L'Éducateur prolétarien*, 18.
- Gribble, D. (2006). *Worlds apart*. Bristol, UK: Libertarian Education.
- Guarro, A. (2005). La transformación democrática de la cultura escolar. *Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado*, 1(1), 1-48.
- Hargreaves, A. y Fink, D. (2006). *Sustainable Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Harris, A. y Muijs, D. (2005). *Improving schools through teacher Leadership*. McGraw-Hill International.
- Higham, R., Hopkins, D. y Matthews, P. (2009). *System Leadership in practice*. Milton Keynes: Open University Press.
- Jiménez, J. R. y Pozuelos, F. J. (2001). Una escuela pública abierta a la comunidad. *Investigación en la escuela*, 44, 5-17.
- Larrauri, M. (2012). *La educación según John Dewey*. Valencia: Tàndem.
- Lashway, L. (1995). *Facilitative leadership*. Informe de investigación elaborado para ERIC.
- Le Gal, J. (2009). *L'engagement éducatif, pédagogique, social et politique des éducateurs Freinet et du Mouvement International de l'École Moderne pou la défense des droits de l'enfant et une démocratie participative*. Recuperado de http://www.meirieu.com/ECHANGES/legal_educateurs_democratie_participative.pdf.
- Leithwood, K. A. (1994). Liderazgo para la reestructuración de las escuelas. *Revista de Educación*, 304, 31-60.
- Leithwood, K. A. & Steinbach, R. (1993). The relationship between variations in patterns of school leadership and group problem - solving processes. *Annual Meeting of the American Educational Research Association*. Atlanta.
- Leithwood, K. A.; Begley, P. & Cousins, B. (1990). The nature, causes and

- consequences of principals' practices: an agenda for future research. *Journal of Educational Administration*, 28(4), 5-31.
- MacBeath, J. y Dempster, N. (Eds.) (2008). *Connecting Leadership and Learning: Principles for Practice*. London: Routledge.
- Martínez Bonafe, J. (2011) Para saber más. Herramientas para vivir la democracia. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 71 (25,2) 193-201
- Muñoz, G. (2011a). Representación simbólica de los consejos escolares como estrategia para democratizar la cultura escolar: una lectura interpretativa desde la voz de los sujetos sociales. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 37(1), 35-52.
- Muñoz, G. (2011b). La democracia y la participación en la escuela: ¿cuánto se ha avanzado desde las normativas para promover la participación escolar? *Revista de estudios y experiencias en educación*, 10(19), 107-129.
- Oliver, E.; Soler, M. y Flecha, R. (2009). Opening schools to all (women): Efforts to overcome gender violence in Spain. *British Journal of Sociology of Education*, 30(2), 207-218.
- Porter, G.L. (1997). Critical elements for inclusive schools. En *Inclusive education, a global agenda*. London: Routledge Publishing.
- Ryan, J. (2006). *Inclusive leadership*. Toronto: John Wiley.
- Sergiovanni, J. J. (1984). Leadership and excellence in schooling. *Educational Leadership*, 41, 4-13.
- Spillane, J.P. (2006). *Distributed Leadership*. London: Jossey-Bass.
- Susinos Rada, T. y Ceballos López, N. (2012). Voz del alumnado y presencia participativa en la vida escolar. Apuntes para una cartografía de la voz del alumnado en la mejora educativa. *Revista de Educación*, 359. Septiembre-diciembre 2012, 24-44.
- Trépanier, N. y Beauregard, F. (2013). Pour une école communautaire des éléments clés pour mieux la comprendre et l'analyser. En Trepanier, N. y Roy, L. (Dirs.), *Plaidoyer pour une école communautaire* (pp. 5-53). Québec: Éditions Nouvelles.
- Vygotsky, L. S. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.

Agradecimientos

Este trabajo se enmarca en un proyecto I +D más amplio (Cod: P1·1B2013-32) subvencionado por Universitat Jaume I de Castellón (2014- 2016).

Biografía

Joan Andrés Traver Martí, Profesor Titular del área de Teoría e Historia de la Educación del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Es licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación y doctor en Educación por la Universitat Jaume I. Forma parte del grupo de investigación MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica) y del LISIS (Laboratoire International sur l'Inclusion Scolaire). Sus líneas de investigación actuales son la escuela democrática, la educación inclusiva e intercultural, el aprendizaje cooperativo y la participación y el desarrollo comunitario. Correo electrónico: jtraver@uji.es.

Paola Ruiz Bernardo, Doctora en Educación, Licenciada en Pedagogía, y Profesora Ayudante del Departamento de Educación de la Universitat Jaume I de Castellón. Ha realizado trabajos de investigación sobre diversidad cultural y la sensibilidad intercultural. Es investigadora del Grupo MEICRI (Mejora Educativa y

Ciudadanía Crítica) y del GEM (Grupo de Evaluación y Medición) de la Universidad de Valencia. Sus líneas de investigación actuales son la educación intercultural, la escuela inclusiva y la escuela democrática. Correo electrónico: ruizma@uji.es.

Odet Moliner García, Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación por la Universidad de Valencia. Profesora Titular del Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón, imparte docencia en la titulación de Psicopedagogía y en el Master de formación del Profesorado de Educación Secundaria. Su línea de investigación está vinculada a la educación inclusiva y la formación de actitudes y valores. Ha publicado trabajos sobre estos temas en varias revistas nacionales e internacionales. Ha dirigido seminarios, cursos de postgrado, jornadas y congresos de carácter científico sobre escuela inclusiva y atención a la diversidad e imparte cursos de formación del profesorado sobre estos temas. Correo: molgar@edu.uji.es.

Pràctiques i concepcions que contribueixen a la construcció d'una escola i una societat més democràtica i participativa
Conceptions and practices that contribute to the construction of a more democratic and participatory school

David Porcar Díaz, UJI
Valentín Sanmateo Trilles, UJI

Resum

En el següent article fem un anàlisi i revisió bibliogràfica de la investigació educativa en l'àmbit de les pràctiques educatives que fomenten la participació dels diversos agents educatius, millorant així la qualitat dels processos d'ensenyament-aprenentatge. Els resultats d'aquesta recerca són obtinguts mitjançant l'anàlisi del contingut com a metodologia, i revisats posteriorment per un grup d'experts.

Ens interessen especialment aquelles pràctiques que apropen la cultura escolar i la popular, les quals apoderen i aproximen docents i famílies. Podem veure per una banda, les mancances de les cultures escolars desvinculades de la cultura popular i per l'altra, les potencialitats que ofereixen les cultures cooperatives. A més, presentarem el valor i necessitat de la construcció compartida i col·laborativa del lideratge envers la millora educativa. Així, repensarem la praxis educativa amb l'objectiu d'establir vies per a una educació emancipadora on totes i tots puguin participar activament i de manera igualitària.

Exposarem noves propostes extremes de la reflexió, tant de les teories actuals, com de referències clàssiques, per a millorar la participació democràtica a les escoles. Per tant, aportarem una mirada crítica a les pràctiques passades i presents amb la ferma intenció de projectar i construir ponts per a la millora educativa en un futur pròxim. Extraurem d'aquesta revisió teòrica algunes claus per a aconseguir una escola de tots i totes, que enforteixi els lligams afectius i d'ajuda mútua entre els seus membres i que estigui arrelada en el seu entorn. Entenem que per a configurar una societat més democràtica, tolerant i justa per a totes i tots, la tasca ha de tenir com a punt de partida un canvi real en l'educació.

No tan sols posem el focus d'atenció en l'anàlisi de les pràctiques, ja que també les estructures han de ser autènticament democràtiques per a aconseguir canvis realment efectius. Unes pràctiques i estructures que esdevenen condició necessària però no suficient, ja que cal repensar concepcions i percepcions junt amb la resta dels agents educatius. Per això, cal canviar el marc educatiu tradicional i prescindir de les relacions de poder si pretenem assolir estructures de col·laboració des de la horitzontalitat i el reconeixement de totes les veus per a una vertadera transformació.

Pretenem doncs, emmarcats en la perspectiva d'educació crítica, fonamentats en les investigacions col·laboratives i la recerca bibliogràfica que realitzem, aportar noves visions basades en la ferma esperança que el canvi és possible gràcies a la potencialitat humana. Esperem que les conclusions que compartim puguin constituir-se com a ferramentes útils per a la transformació de la realitat escolar i social.

Paraules clau

Revisió bibliogràfica; cultura escolar; cultura popular; pràctiques educatives; educació democràtica.

Abstract

The following academic article is an analysis and a bibliographic review of educative research within the scope of practices which encourage the participation of diverse educational agents, thus improving the quality of teaching and learning processes. The results of this research are obtained using content analysis as a methodology, being subsequently reviewed by a collaborative group of experts.

We are particularly interested in those practices that bring school closer to popular culture, which empower and give an approach to teachers and families. On the one hand, we observe the lacks of a school disassociated of popular culture, and, on the other hand, the potential offered by cultural cooperatives. Furthermore, the value and necessity of building a shared collective leadership towards educational improvement is presented. In this way, we reconsider the educational practice in order to establish ways to an emancipatory education, where everybody is allowed to participate actively and equally.

This paper presents new proposals drawn out of reflection of current theories, as well as classical ones, with the aim of enhancing democratic participation in schools. Consequently, a critical look to past and current practices will be provided with the firm intention of designing and building bridges for the purpose of ameliorating education in the near future. Theoretical keys whereof a school for everybody, which strengthens the ties of affection and mutual aid among its members, deeply rooted to their environment will be achieved. We believe that the task to set a more democratic, tolerant and fair society for everyone should be started by a real educational change.

The analysis of practices is not the only focus, for the structures also have to be genuinely democratic to secure truly effective changes. Practices and structures become an essential condition, although not enough, due to the fact that we need to rethink conceptions and perceptions together with the rest of educative agents. If we intend to reach collaborative horizontal structures where all the voices are equally recognized towards a reliable transformation, we need to change the traditional educational framework and dispense power relations.

Thus, the purpose is that this research, framed from a critical education viewpoint and based on collaborative and bibliographic methodologies, contributes to new perspectives with a firm confidence in a feasible change thanks to the human potential. The conclusions shared are expected to become useful tools in order to transform school and social reality.

Keywords

Bibliographic Review; School Culture; Popular Culture; Educational Practices; Democratic Education.

Introducció

En el següent article fem un anàlisi i revisió bibliogràfica de la investigació educativa en l'àmbit de les pràctiques educatives que fomenten la participació dels diversos agents educatius, millorant així la qualitat dels processos d'ensenyament-aprenentatge. Els resultats d'aquesta recerca són obtinguts mitjançant l'anàlisi del contingut com a metodologia, i revisats posteriorment per un grup d'experts.

Ens interessan especialment aquelles pràctiques que apropen la cultura escolar i la popular, les quals apoderen i aproximen docents i famílies. Podem veure per una banda les mancances de les cultures escolars desvinculades de la cultura popular i per l'altra, les potencialitats que ofereixen les cultures cooperatives. A més, presentarem el valor i necessitat de la construcció compartida i col·laborativa del lideratge envers la millora educativa. Així, repensarem la praxis educativa amb l'objectiu d'establir vies per a una educació emancipadora on totes i tots puguin participar activament i de manera igualitària.

Exposarem noves propostes extretes de la reflexió, tant de les teories actuals com de referències clàssiques, per a millorar la participació democràtica a les escoles. Per tant, aportarem una mirada crítica a les pràctiques passades i presents amb la ferma intenció de projectar i construir ponts per a la millora educativa en un futur pròxim. Extraurem d'aquesta revisió teòrica algunes claus per a aconseguir una escola de tots i totes que enforteixi els lligams afectius i d'ajuda mútua entre els seus membres i que estigui arrelada en el seu entorn. Entenem que per a configurar una societat més democràtica, tolerant i justa per a totes i tots, la tasca ha de tenir com a punt de partida un canvi real en l'educació.

No tan sols posem el focus d'atenció en l'anàlisi de les pràctiques, ja que també les estructures han de ser autènticament democràtiques per a aconseguir canvis realment efectius. Unes pràctiques i estructures que esdevenen condició necessària però no suficient, ja que cal repensar concepcions i percepcions junt amb la resta dels agents educatius. Per això, cal canviar el marc educatiu tradicional i prescindir de les relacions de poder si pretenem assolir estructures de col·laboració des de la horitzontalitat i el reconeixement de totes les veus per a una vertadera transformació.

Pretenem doncs, emmarcats en la perspectiva d'educació crítica i fonamentats en les investigacions col·laboratives i la recerca bibliogràfica que realitzem, aportar noves visions basades en la ferma esperança que el canvi és possible gràcies a la potencialitat humana. Esperem que les conclusions que compartim puguin constituir-se com a eines útils per a la transformació de la realitat escolar i social.

1. Metodologia

Per a configurar el marc teòric que fonamenta la nostra recerca assignem uns descriptors concrets que usem en les diverses bases de dades seleccionades. Aquests

descriptors emergeixen del projecte de recerca en el qual col·laborem, anomenat “Participación comunitaria y escuela democrática: estrategias para la formación de una ciudadanía crítica”. I a més, responen a les necessitats del propi projecte, el qual segueix una metodologia d’Investigació-Acció Participativa. Calia doncs repensar el marc teòric anterior introduint noves perspectives que ajuden a guiar els processos de transformació cap una escola més democràtica i participativa de tots i totes.

Els descriptors als que hem fet referència prèviament són: pràctiques educatives, cultura escolar, transformació escolar, cultura popular, participació escolar, democràcia escolar i cultura participativa.

Les bases de dades en les que hem recercat els diferents articles per a una posterior revisió són: Web of Science, Springerlink, Dialnet, Teacher reference Center, Educ@ment, ERIC i Scopus.

De tots els resultats que ens han aportat els diferents motors de recerca hem seleccionat aquelles publicacions que s’emmarcaven en els paradigmes de l’educació intercultural inclusiva, democràtica, emancipadora, participativa i arrelada al territori. Per tant, no han estat analitzats aquells articles que corresponien a altres ideals educatius i socials.

2. Estratègia analítica

Primerament, procedim a les lectures individuals dels articles i publicacions seleccionats, realitzant un anàlisi del contingut, anotant les idees i aportacions principals en un document compartit *online* per a que la resta de l’equip pugui consultar-les. Posteriorment, establim un grup de discussió –format per quatre persones nosaltres junt als companys Jordi Català Llorca i Paula Escobedo Peiró– sobre les diverses perspectives que cada lectura ens ha aportat, consensuant cooperativament les conclusions en un altre document de síntesi. Per a acabar, aquest document de síntesi es analitzat per un grup d’experts –en aquest cas són els membres del MEICRI (Grup per la millora educativa i Ciutadania Crítica; <http://meicri.uji.es>) els encarregats de matissar i problematitzar les propostes elaborades en aquesta comunicació.

3. Limitacions de la recerca

Els resultats i les conclusions extretes d’aquest procés de revisió teòrica no pretenen oferir respostes universals ni receptes màgiques vàlides per a qualsevol context

o situació educativa i/o social. Aquesta proposta és una aproximació més a la realitat que pretén produir reflexions en el lector, més probablement lectora, crític i compromès en la seva pròpia praxis i en les interrelacions de les quals participa i fomenta amb els diferents agents educatius. Així doncs, l'objectiu últim és oferir ferramentes útils per al canvi i transformació de l'escola cap a un nou horitzó educatiu.

4. Resultats

Voldríem començar aquest text sobre pràctiques educatives amb allò que esperem aconseguir amb aquestes. Un dels objectius principals de l'escola és l'aprenentatge. Molt se'n parla i se'n parlarà, no pertoca ara aprofundir-hi exhaustivament, però sí volem problematitzar, succintament, què entenen diversos autors per aprendre i com poder contribuir-hi.

Per a Vigotski, “l'aprenentatge humà pressuposa un caràcter social específic i un procés pel qual els xiquets s'introdueixen, per a desenvolupar-se, en la vida intel·lectual d'aquells que els envolten” (Vigotski, 1978: 89). Per tant, i seguint l'autor, l'aprenentatge es produeix sempre fortament mediatitzat per factors socials i culturals, “a través d'interaccions entre persones en relació amb el món” (Edwards i Mercer, 1988: 33).

Així, Torrego i Negro (2012: 55-56) resumeixen les aportacions de la teoria sociocultural de Vigotski destacant les següents aportacions:

1. El mecanisme per al desenvolupament és la interacció social.
2. El desenvolupament individual de les capacitats psicològiques es produeix en les situacions d'interacció, en l'activitat conjunta amb altres persones més competents i en l'ús dels instruments mediadors.
3. Les funcions psicològiques superiors apareixen primer en el pla interpsíquic o social i després en el intrapsíquic o individual (Llei de doble formació de les funcions psicològiques superiors).

Per tant, si són les interaccions socials les que, potencialment, produeixen els aprenentatges, caldrà afavorir “l'establiment de relacions entre l'alumnat molt més positives, caracteritzades per la simpatia, l'atenció, la cortesia i el respecte mutu, així com per sentiments recíprocs d'obligació i d'ajuda. Aquestes actituds positives s'extenen, a més, als professors i al conjunt de la institució escolar” (Coll, 1984 en Torrego i Negro, 2012: 63).

No obstant, les interaccions i relacions que emergeixen als centres educatius són un reflex d'allò que s'anomena "cultura". D'aquesta manera, Hongboontri i Keawkhong (2014: 4) diuen que "les cultures escolars son úniques i distintes. Són creades i recreades per persones considerades membres d'un context; mestres, alumnes, pares i mares, comunitats i molts altres [...]". D'altra banda, també Ortiz i Lobato (2003: 30) defineixen la cultura escolar com "el conjunt d'actituds, valors i creences compartides i els models de relació i formes d'associació i organització de l'escola".

Aquesta cultura escolar, en ocasions, està escindida d'allò que anomenem cultura popular. Com indica Gómez (2006) la cultura popular és aquella que les persones consideren que pertany a la seva vida i reconeixen com a quelcom propi.

Aquesta distància entre cultures hauria de reduir-se, com apunta Santos (2006: 888) "[...] una escola participativa per a una societat participativa ha de connectar allò escindit". Afegint: "la participació de les dues cultures de manera igualitària és en realitat la generalització de la democràcia a l'escola" (Santos, 2006). Una democràcia que transcendeix el límits de les institucions educatives, com exposa Dewey (1997). Si volem un món més democràtic i tolerant, cal viure aquests valors des de la infància.

Però Bolívar (1996) ens apunta que aquests processos d'apropament entre cultura popular i escolar no poder ser imposats, han de néixer en els propis centres "al seu torn el canvi per a que suposi una millora cal que es gènere des de dins, més que per mandat extern". Així mateix, Santos (2006: 887) ens convida a apostar per "una participació plena en tota la cultura (escolar i popular). Ser participants i membres actius d'ella. En el fons allò que estem proposant és la generalització de la democràcia". En aquesta línia Traver, Sales i Moliner (2011: 5) afirmen que "l'escola no ha d'excloure a ningú, totes les persones han de tenir veu i vot en la creació i recreació de la cultura". En aquest sentit diverses investigacions apunten que una de les claus per a la millora educativa és l'apropament del membres que configuren una comunitat educativa. Així, un dels factors claus que permeten avançar cap a aquest model d'escola és la participació comunitària (Ainscow, 2001; Arnaiz, 2003; Stainback i Stainback, 1999).

Guarro (2005) planteja que "la cooperació o col·laboració és un dels valors primordials de la cultura democràtica, per la qual cosa qualsevol aula o centre que aspiri a reconstruir la seva cultura en eixa direcció hauria de caracteritzar-se, en primer i destacat lloc, pel seu compromís amb una cultura cooperativa". En el marc de les cultures escolars cooperatives, Gumuseli i Eryilmaz (2011: 16) exposen que "s'assumeix que la cultura escolar col·laborativa trenca amb l'aïllament de l'aula". Per

la seva part, és esclaridora l'aportació de Bolívar (1996) quan expressa que “els tipus de cultura escolar que més recolzen la innovació són les basades en la col·laboració [...]”. Aquesta cultura cooperativa ha de ser “com una incorporació per això crítica i creadora i no com una juxtaposició d'informes o prescripcions donades” (Freire, 1969: 82).

Cabrera (2002: 98) va més enllà i ens parla dels “plantejaments de ciutat educadora com la participació, el diàleg i el compromís en una acció educativa crítica i transformadora”, la qual transcendeix els límits de l'escola com un únic agent educatiu.

Apropar cultures no només s'ha de fer teòricament, calen pràctiques concretes, ja que la transformació ha de néixer de la praxis: que conjuga acció i reflexió crítica de totes i tots sobre la realitat (Freire, 1970). Per a dur a terme aquesta reflexió crítica, cal contemplar totes les veus d'acord amb el plantejament de Guarro (2005): “Qualsevol intent de simplificació per aïllament d'algun dels seus elements (o subsistemes) està condemnat a oferir una visió parcial, i per tant incompleta i fins i tot distorsionada, de la realitat”. Segons Grossman, Wineburg i Woolworth (2001: 946) en Bauman (2003: 15-16) “estaríem parlant d'un enteniment compartit, des del que és possible la participació dels subjectes com una manera d'entendre la vida democràtica”. Una concepció de la participació de les persones que quedaria coixa si no es contempla, segons aporta Giroux (1993), “el concepte de les relacions de poder desiguals” que les diverses institucions educatives porten implícites. Compensant aquestes relacions de poder desigual, podem dialogar des de les experiències, cosa que permet compartir des de la pròpia vida, el que suposa un exercici democràtic (Cortés, 2011).

Tenint en compte les concepcions educatives que hem mencionat anteriorment, germina el currículum democràtic que Apple i Beane (1999: 30-39) exposen que hauria d'anar més enllà de la tradició selectiva del coneixement i de les creences recolzades per la cultura dominant cap a una major presència d'opinions i visions diverses.

Només així es pot construir conjuntament una veritable educació intercultural inclusiva que, com apunten Moliner, Sales i Traver (2011), “pretén unir en un únic model la potencialitat que l'educació intercultural i l'educació inclusiva comparteixen en el seu fonament social i pedagògic: la lluita contra la desigualtat i l'exclusió, el respecte a la diversitat i la participació crítica per a la transformació socioeducativa. Així mateix comparteixen el compromís de transformació de l'educació cap a valors i actituds democràtics d'igualtat, respecte, autonomia i solidaritat”.

5. Discussió de resultats

Segons els resultats exposats anteriorment, constatem la imperiosa necessitat d'unió entre la cultura popular i l'escolar. Aquesta requereix d'un procés de negociació i reconceptualització que desemboqui en una cultura comú obtinguda col·laborativament. Aquesta cultura compartida, viva en cadascuna de les persones que participen en ella, permet avançar cap a una transformació vertadera.

Una ferramenta potent per a unir allò escindit seria la construcció d'un currículum democràtic, on tinguin cabuda tots els punts de vista de les diverses cultures sense la imposició de la cultura dominant. Per a poder abordar aquest procés de configuració d'un currículum democràtic on totes les veus siguin presents cal, prèviament, que els diversos agents estiguin apoderats i sentin que la seva veu és respectada i tinguda en consideració.

Cal entendre que aquest procés de transformació cap a una escola democràtica i participativa no pot esdevenir una innovació acceptada acríticament com indica Fullan (1993). Més bé afirmem que construït amb pausa, cooperativament podrem arribar a aquests horitzons. Per tant, els processos de canvi a l'escola no poden ser com plats "precuïnats", al més pur estil *Fast Food*, sinó més bé han coures a foc lent com afirmen Stoll i Fink (1999).

Així, constatem noves realitats socials emergents, les quals apunten a una rehumanització social que no pot més que revertir en una millora educativa. Així societat i educació van indefectiblement lligades i a més ho haurien d'estar.

Per tant, allò que pretenem és "donar a cada persona la capacitat de participar activament durant tota la vida en un projecte de societat" (Delors, 1993). Tal i com afirma Dewey (1997), el centre educatiu hauria de ser una institució que sigui, provisionalment, un lloc de vida per al nen, en la que aquest sigui un membre de la societat, tingui consciència de la seva pertinença i en contribueixi.

És feina conjunta, o millor la mateixa feina, construir ciutadania, educar i educarnos, créixer en el sentit més ample de la paraula, créixer com a éssers socials, amb i per viure i convida de la millor manera possible totes i tots.

Conclusions

Finalment, concloem un seguit de propostes per al desenvolupament d'escoles més democràtiques i participatives. Caldrà potenciar:

- L'apoderament de totes les persones que configuren la comunitat educativa.
- La conscienciació.
- El pensament crític.
- Les relacions de col·laboració horitzontal.
- La juxtaposició de totes les veus.
- L'assumpció de principis comuns, consensuats i propis.
- La creació de xarxes de recolzament mutu.
- El fet de compartir i crear xarxes de formació permanent.
- La concepció de la millora educativa com una activitat continua i permanent.
- La celebració conjunta dels avanços.
- La superació de les pors docents.
- L'enfocament equilibrat de les percepcions, de pors i de possibilitats.
- L'explicitació i superació de reticències limitadores.
- Les activitats que fomenten l'autoestima docent.
- La confiança mútua entre família, escola i comunitat.
- El reconeixement que naix del coneixement mutu.
- El consens de mínims en línies comuns imprescindibles.
- El lideratge compartit.
- Les altes expectatives de la comunitat educativa envers la seva potencialitat.

La complexitat i dinamisme del fet social i educatiu no permet una comprensió completa i perenne de la seva realitat. Així, la recerca al voltant de les ciències humanes i socials ha de ser constant ja que, atenent a les immenses possibilitats que tenim individual i col·lectivament, sempre hi haurà nous camins de millora. Per això, proposem anar treballant aquestes claus per democratitzar les relacions i fomentar la participació als centres educatius, adaptant aquestes idees a les seves realitats concretes i generant i introduint noves formes d'aconseguir aquests objectius.

Bibliografia

Ainscow, M. (2001). *Desarrollo de escuelas inclusivas*. Madrid: Narcea.
 Apple, M. i Beane, J. (1999). *Escuelas democráticas*. Madrid: Editorial Morata.

- Arnaiz, P. (Coord.) (2003). *Guía de autoevaluación en contextos interculturales. Educación Secundaria*. En CD-Rom. Murcia: Consejería de Educación y Cultural.
- Bolívar, A. (1996). Cultura escolar y cambio curricular. *Bordón*, 48 (2), 169- 177.
- Cabrera, F. (2002). Hacia una nueva concepción de la ciudadanía en una sociedad multicultural. En Bartolomé, M. (ed.). *Identidad y Ciudadanía. Un reto a la educación intercultural*. Madrid: Narcea.
- Cortés, P (2011). El sentido de las historias de vida en investigaciones socio-educativas. Una revisión crítica. *Esbrina - Recerca*, 4, 68-74
- Delors, J. (1993). *La educación encierra un tesoro*. París: Santillana.
- Delors, J. (1997). *Democracia y educación*. Madrid:Morata.
- Edwards, D. i Mercer, N. (1988). *El conocimiento compartido. El desarrollo de la comprensión en el aula*. Barcelona: Paidós/MEC.
- Escobedo, P., Sales, A. i Traver, J. (2011). El cambio educativo y la mejora escolar. *Revista electrònica Fòrum de Recerca. Setzenes Jornades de Foment de la Investigació*, 16. Universitat Jaume I. ISN: 1139-5486.
- Freire, P. (1969). *La educación como práctica de libertad*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI de España Editores.
- Fullan, M. (1993). *Changeforces: Probing the depths of educational reform*. Londres: Falmer. [ed. esp.: *Las fuerzas del cambio. Explorando las profundidades de la reforma educativa*. Madrid: Akal, (2002)].
- Giroux, H. (1993). *La escuela y la lucha por la ciudadanía*. México: Siglo XXI.
- Gómez, P. (2006). Participación, democracia y educación: cultura escolar y cultura popular. *Revista de Educación*, 339, 883-901.
- Grossman, P., Wineburg, S. i Woolworth, S. (2001). Toward a Theory of Teacher Community. En Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica argentina S.A.
- Hongboontri, C. iKeawkhong, N. (2014). School Culture: Teachers' Beliefs, Behaviours, and Instructional Practices. *Australian Journal of Teacher Education*, 39(5).
- Guarro, A. (2005). La transformación democrática de la cultura escolar: una respuesta a las necesidades del alumnado de zonas desfavorecidas. *Profesorado*, 1-48.
- Gumuseli, A. i Eryilmaz, A. (2011). The measurement of Collaborative School Culture (CSC) on Turkish Schools. *New Horizons in Education*, 59, (2).
- Moliner, O., Sales, A. i Traver, J.A. (2011). Trazando procesos de cambio desde un modelo educativo intercultural inclusivo. En O. Moliner (ed.). *Prácticas inclusivas: experiencias, proyectos y redes* (pp. 29-40). Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Morin, E. (1999). Los siete saberes para la educación del futuro. *Bogotá: magisterio*, 199.
- Ortiz, MaC. i Lobato, X. (2003). Escuela inclusiva y cultura escolar: algunas evidencias empíricas. *Bordón*, 55(1), 27- 40.
- Santos, M. (2006). Participación, democracia y educación: cultura escolar y cultura popular. *Revista Educación*, 339, 883-901
- Stoll, L. i Fink D. (1999). *Para cambiar nuestras escuelas. Reunir la eficacia y la mejora*. Barcelona: Octaedro.
- Sales, A., Moliner, O. i Traver, J. (2010). *La construcción de la escuela intercultural inclusiva desde procesos de investigación-acción*. Castelló: Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Stainback, S. i Stainback, W. (1999). *Aulas inclusivas*. Madrid: Narcea.

Torrego, J.C. i Negro, A. (Coord.) (2012). *Aprendizaje cooperativo en las aulas*. Madrid: Alianza Editorial.

Vygotsky, L.S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. London: Harvard University Press.

Agraïments

Aquest treball s'emmarca en un projecte I + D més ampli (Cod. P1 • 1B2013-32) subvencionat per la Universitat Jaume I de Castelló (2014- 2016).

Agraïm al grup de recerca MEICRI (Millora educativa i Ciutadania Crítica) per brindar-nos l'oportunitat d'aprofundir en els processos de transformació escolar cap a nous horitzons d'igualtat i educació crítica, així com també mostrem el nostre agraïment per la immensa quantitat d'aprenentatges que han generat en nosaltres.

Més concretament, agraïm als companys Jordi Català Llorca i Paula Escobedo Peiró la seva gran ajuda en aquest procés de recerca.

Biografia

David Porcar Díaz inicia els seus estudis universitaris l'any 2012/2013 en el Grau de Mestre/a d'Educació Primària a la Universitat Jaume I. Després de vincular-se al grup de recerca MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica), comença a desenvolupar tallers d'habilitats cooperatives per a la Universitat Jaume I i els diversos centres educatius que ho sol·liciten. Actualment és becari en la Universitat Jaume I per al projecte de Museu Pedagògic de Castelló. A més, és membre col·laborador del grup d'investigació MEICRI i també col·labora amb el Seminari de Ciutadania Crítica. Entre els seus interessos es troben l'aprenentatge cooperatiu, l'educació intercultural inclusiva i l'escola inclosa en el seu territori. Correu: al260156@uji.es.

Valentí Sanmateo Trilles és diplomad en Magisteri d'Educació Musical a la Universitat Jaume I i actualment cursa la llicenciatura de Psicopedagogia a la UOC. Després de vincular-se al grup de recerca MEICRI (Millora Educativa i Ciutadania Crítica) l'any 2011 comença a desenvolupar tallers d'habilitats cooperatives per a la Universitat Jaume I i els diversos centres educatius que ho sol·liciten, també realitza recerques en el camp educatiu. Entre els seus interessos es troben l'aprenentatge cooperatiu, l'educació intercultural inclusiva i l'escola inclosa en el seu territori. Correu: al136307@uji.es.

Una experiencia de participación democrática en el aula: una mirada inclusiva

An experience in democratic involvement in the classroom: an inclusive look

Aida Sanahuja Ribés, Universidad Jaume I

Resumen

En esta comunicación se reflexiona en torno a la participación democrática en el aula inclusiva. En primer lugar, se hace una introducción teórica a partir de una investigación realizada sobre resiliencia (Bonnie Bernard, 2004) en la que se concluye que las relaciones afectuosas, las expectativas elevadas y las oportunidades de participar y contribuir que se ofrece a los estudiantes son factores fundamentales del éxito de éstos. Posteriormente, se comentan los principios que debe tener la escuela democrática según Feito y López Ruiz (2008). Seguidamente, se explican las cuestiones metodológicas del estudio. Se trata de un estudio de caso y se utiliza la entrevista y la observación científica como técnica de recogida de datos. Se sigue con la descripción de la experiencia que aquí se presenta, la cual se enmarca en un aula de 5º de educación primaria de un colegio público de Castellón. La clase está constituida por 25 alumnos (11 chicas y 14 chicos). Se detallan cuestiones más generales cómo: la gestión de aula y la evaluación. También se muestran prácticas más concretas como: el cuenta cuentos infantil, la tertulia literaria dialógica, y leemos en pareja. En los resultados se analiza la voz de los participantes, es decir, el maestro y el alumnado valoran las prácticas descritas. La comunicación finaliza con las conclusiones, donde se remarca la importancia de ofrecer al alumnado oportunidades de participar y contribuir en el aula.

Palabras clave

Ciudadanía crítica; escuela democrática; participación; educación inclusiva; pedagogía diferenciada.

Abstract

In this paper we reflect on democratic participation in the inclusive classroom. First, a theoretical introduction is made from a research on resilience (Bonnie Bernard, 2004) in which emotional relationships, high expectations and opportunities to participate and contribute, which are offered to pupils, are key factors in the student's success. Subsequently, the principles that democratic schools should have are commented (Feito and Lopez Ruiz, 2008). Then methodological issues in the study are explained. This is a case study and, the interview and scientific observation are used as a data collection technique. This is followed by the description of the experience presented here, which carries through a 5th grade classroom in a public school in Castellon. The class is made up of 25 pupils (11 girls and 14 boys). Broader issues such as the classroom management and the assessment are touched upon in this paper. More concrete practices, such as the children's storyteller, dialogic literary circle, and reading in pairs, are also shown. The voice of the participants is analyzed in the results, that is to say, the teacher and the pupil evaluate the described practices. The communication ends with conclusions, where there is emphasized the importance of offering opportunities to the student body to take part and contribute in the classroom.

Keywords

Critical citizenship; democratic school; participation; inclusive education; differentiated pedagogy.

Introducción

En nuestro contexto sociocultural y político, la educación debe procurar que todos y cada uno de los ciudadanos¹ sean competentes para comprender el mundo, convivir juntos y actuar con criterio (Martínez, 2010). La educación de calidad es un derecho de todos los niños. Alcanzarla se constituye en una sólida base para el desarrollo sostenible, el avance democrático y la igualdad social. La educación de calidad lleva altos niveles de aprendizaje para todos los estudiantes, sin ningún tipo de exclusión (UNESCO, 2008).

En una investigación sobre la resiliencia, realizada por Bonnie Bernard (2004) (citado por Beaudoin 2013:16), se descubrió que las relaciones afectuosas, las expectativas elevadas y las oportunidades de participar y contribuir que se ofrece a los estudiantes son los factores fundamentales del éxito de éstos. Así pues, en este trabajo se van a mostrar diferentes prácticas que se están llevando a cabo en un aula de 5º de educación primaria de un colegio público de Castellón. Concretamente se expondrá: la gestión general de aula, el *cuenta cuentos a infantil*, la *tertulia literaria dialógica*, *leemos en pareja* y aspectos referentes a la evaluación. Veremos como el docente proporciona oportunidades a su alumnado de participar y contribuir en el aula, potenciando las relaciones afectuosas y generando unas expectativas elevadas.

1. Caminando hacia una escuela democrática y participativa

Según Feito y López Ruiz (2008), para que una escuela sea democrática ha de contar con un mínimo de tres principios: 1) la educación obligatoria debe organizarse de tal manera que se creen las condiciones que garanticen el éxito escolar para todo el alumnado, 2) el alumnado debe salir de la escuela con la capacidad para preguntarse sobre lo que les rodea, para analizar con criterios propios la realidad, para ser alguien dispuesto a seguir aprendiendo a lo largo de la vida, y 3) se debe facilitar y promover la participación del profesorado, del alumnado y de las familias en el control y gestión del centro.

El primer principio planteado por Feito y López Ruiz (2008), corresponde con el propósito que persigue la denominada pedagogía diferenciada (Legrand, 1995, Meirieu, 1996; Perrenoud, 1996; Tomlinson, 1999; Heacox, 2002; Subban, 2006; Gregory y

¹ Cada vez que se mencione a ciudadanos, niños, alumnos,... se entiende que se hace referencia a ambos sexos indistintamente.

Chapman, 2007; Prud'homme y Bergeron, 2012). La pedagogía diferenciada es una filosofía y un marco de acción docente que se sustenta en unas creencias y actitudes positivas de los docentes hacia la diversidad y que consiste en ajustar o flexibilizar la práctica educativa a las necesidades, ritmos, intereses y estilos de aprendizaje de cada alumno, sin perder la referencia del grupo clase (Sanahuja, Moliner y Moliner, 2014). Siguiendo con esta concepción, Waterman (2007) define el aula democrática diferenciada (en inglés; *democratic differentiation classroom*) como aquella en la que los docentes trabajan al lado de sus alumnos para escuchar sus puntos de vista y sus deseos en relación con el aprendizaje y para ayudarlos después a traducir esos puntos de vista y deseos en competencias, conocimientos y actitudes valiosas.

El segundo principio planteado por Feito y López Ruiz (2008), es uno de los objetivos marcados por el docente objeto de nuestro estudio, el cual manifiesta que quiere hacer de su alumnado “ciudadanos más críticos, que expresen sus opiniones y que piensen por sí mismos”. Esto es, educar a los alumnos y alumnas para que se conviertan en agentes críticos que se cuestionan y discuten, de manera activa, la relación entre la teoría y la práctica, entre el análisis crítico y el sentido común, entre el aprendizaje y el cambio social (Giroux, 2008).

Finalmente, el último de los principios se relaciona con la democracia. Etimológicamente este término proviene del griego *dēmos* que significa “pueblo” y del vocablo *kratos* que significa “poder”. Por tanto, esta consiste en darle poder al pueblo. Siguiendo esa misma relación, podemos decir que en una escuela democrática el poder debe residir en todos aquellos que la componen y que les compete la educación del alumnado que se forma en ella. Así pues, aquí vemos reflejado el tercer principio que introducen Feito y López Ruiz (2008). El cual consiste en dar voz y participación a los alumnos, a los maestros y a las familias en el contexto escolar.

2. Metodología

Este trabajo se enmarca en la metodología cualitativa. Se trata de un estudio de caso instrumental. Esto es, cuando nos encontramos con una cuestión que se debe investigar, una situación paradójica, una necesidad de comprensión general y consideramos que podemos entender la cuestión mediante el estudio de uno o varios casos (Stake, 1998).

Las técnicas o instrumentos que se han utilizado para la recogida de la información han sido: la entrevista y la observación científica. La entrevista, es una técnica mediante la cual se obtiene información de primera mano sobre los hechos o los fenómenos objeto de investigación (Taylor y Bogdan 1984; Valles, 1997). La observación científica, es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno que se quiere estudiar tomando la información que se crea relevante y registrándola para su posterior análisis (Sabino, 1992). Se trata de percibir activamente la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que previamente han sido definidos de interés para la investigación (Alonso, 1998; Ruiz Olabuénaga, 2007). Concretamente se ha realizado una entrevista al maestro y tres observaciones de aula. Además, al finalizar las sesiones de observación el alumnado ha escrito su valoración y opinión acerca de las prácticas observadas.

En este estudio han participado un maestro y 25 alumnos, concretamente 11 chicas y 14 chicos de 5º de educación primaria de un colegio público de Castellón.

3. Descripción de la experiencia

Primeramente destacar que se decide realizar el estudio que aquí se presenta porque el docente manifiesta que:

[...] hay que ir haciéndose más críticos. Me gusta que digan la suya, que no asientan sin más, porque lo dice el maestro. Quiero que sean ellos y ellas los que se dan cuenta de lo que hay que hacer, por qué y cómo, y esto requiere de reflexión, diálogo y debates.

Así pues, tomando en consideración este comentario se pretende indagar sobre aquello que realiza el maestro en su aula para promover la reflexión, la participación y para dar oportunidad al alumnado de contribuir.

El docente propulsa que sea el propio alumnado quien vaya gestionando y organizando el aula. Se realiza una asamblea inicial, el primer día de clase, dónde comentan y hablan de cómo quieren que sea su aula. El maestro manifiesta que al alumnado siempre le cuesta tomar la iniciativa, porque generalmente no está acostumbrado a trabajar de esta manera. Se trata de un proceso, poco a poco se les va dando más libertad y confianza para que vean que lo que ellos dicen o proponen, si tiene sentido y una argumentación correcta, se lleva a cabo.

El alumnado está agrupado de forma heterogénea. Esto es, en cada grupo hay alumnado diverso, con diferentes capacidades y aptitudes. Éste agrupamiento les permite

trabajar en diferentes asignaturas a partir del aprendizaje cooperativo y estructuras simples. El hecho de trabajar en grupo les requiere de una organización interna, mediante diferentes roles y diferentes cargos. También requieren de una organización a nivel de aula, ya que cada grupo tiene unas responsabilidades dentro de la misma. Los cargos van rotando y cambiando semanalmente. De esta manera, empiezan una dinámica más participativa, las cosas se hacen si ellos las hacen, por ejemplo si el blog no tiene actividad es porque el grupo que se encarga no se está organizando adecuadamente. En estas ocasiones son los mismos alumnos los que se van apoyando, se van reforzando y se van exigiendo entre ellos para el buen funcionamiento de su aula.

Una vez introducida la organización general del aula, se pasará a describir una serie de actividades donde se brinda al alumnado la oportunidad de participar y contribuir. Éstas son: cuenta cuentos a infantil, la tertulia literaria dialógica y leemos en pareja.

- *Cuenta cuentos a infantil*: se trata de una actividad internivel que se realiza durante todo el curso académico. Cada martes a las 16.15 horas, los alumnos de 5º de primaria les cuentan un cuento de manera individual a los alumnos de infantil de 4 años. Nada más entrar en el aula cada alumno de 5º coge al alumno de infantil asignado y salen al patio para proceder con la actividad. Al terminar los niños entran en clase y el alumnado de infantil hace un dibujo del cuento que les han contado. Durante el primer trimestre, los cuentos van rodando dentro de cada grupo de 5º de primaria, se los cambian al finalizar la sesión. Cada semana, los alumnos de 5º de primaria tienen que preparar y ensayar esta actividad en casa junto a un adulto (madre, padre, hermano o abuelo, entre otros). En el segundo y tercer trimestre, es el propio alumnado, con la ayuda de un adulto, quien escribe y prepara en casa el cuento que van a contar a los niños de infantil. Con esta actividad se trabaja: la autoestima, la responsabilidad individual, la expresión oral, la expresión corporal, la comprensión lectora, la autorealización personal, la creatividad o la reflexión, entre otros.

- *La tertulia literaria dialógica*: es una actividad que se lleva a cabo los jueves a las 9:00 horas. La clase se desdobra, una mitad hace informática y la otra mitad hace valenciano. Así pues, cada grupo hace la tertulia literaria dialógica cada 15 días, en la asignatura de valenciano. Se invita abiertamente a las familias a que participen en ella. Actualmente están leyendo el libro “*El geperut i altes contes de les mil i una nit*” de la editorial de Vicens Vives. En cada sesión hay un moderador que se encarga de repartir los libros y de leer lo que se realizó en la sesión anterior. Tienen una libreta donde cada

moderador al finalizar escribe lo que se ha realizado durante la sesión. Los alumnos están sentados en círculo. El moderador pregunta quien quiere leer. Un niño voluntario lee un fragmento. Al finalizar el moderador pregunta ¿Quién quiere explicar lo que ha pasado? Los alumnos comentan si han detectado algún error sobre la lectura. Posteriormente hacen un breve comentario de lo que han leído. El maestro interviene preguntándoles que quieren decir algunas palabras, expresiones y dichos o refranes que han aparecido durante la lectura. A continuación, siguiendo el mismo esquema se procede a leer y comentar otros fragmentos. El moderador consulta en la libreta si queda algún alumno por leer para, de este modo, promover la participación de todos. Quien quiere hacer alguna intervención levanta la mano y el moderador les da el turno de palabra.

- *Leemos en pareja*: se trata de una actividad que está dentro del programa de David Duran (2006) y pretende la tutorización entre iguales. Se realiza semanalmente, cada 15 días un alumno es el tutor y el otro el tutorado. En el primer trimestre, el maestro proporciona una hoja con un texto y actividades. En el segundo trimestre, el maestro proporciona una hoja con un texto y el alumnado debe proponer preguntas y actividades. Y en el tercer trimestre el maestro no proporciona nada, esto es, cada alumno debe elegir un texto y proponer libremente las actividades que cree oportunas. El alumno tutor tiene 15 días para prepararlo en casa junto con la supervisión de un adulto (madre, padre o familiar, entre otros). El alumnado tienen una guía con pasos que han de realizar en cada sesión: 1) antes de leer, 2) lectura, 3) comprensión lectora, 4) gramática /ortografía, 5) expresión/escritura y 6) evaluación. Además tienen una hoja con frases para dar ánimo a su compañero a lo largo de la lectura. Si un alumno comente un error el tutor le para con la mano y el tutorado tiene que reflexionar sobre el error que ha hecho y corregirlo. Al finalizar la sesión, ambos rellenan una autoevaluación de la actividad.

Para terminar este apartado se expondrá como se realiza la evaluación en esta aula. Se realizan exámenes que suponen ejercicios de reflexión a contestar a partir de los conocimientos que se han adquirido. Posteriormente, éstos son vistos por los alumnos y por las familias para que reflexionen sobre aquellos aspectos que tienen que mejorar. Se valora también el trabajo en el aula. Todos los grupos tienen tablas donde hacen control de deberes y control de materiales. Es el propio alumnado quien va realizando el registro y posteriormente se lo proporciona al docente. Otro punto importante es la evaluación de las libretas, esa evaluación la hace el propio alumnado.

Al inicio del curso, entre todos, realizaron una asamblea donde debatieron y reflexionaron sobre aquellos aspectos que se debían de valorar en una libreta y crearon una rúbrica. Al finalizar el trimestre son los propios alumnos los que se puntúan y valoran la libreta o el trabajo que han hecho. Además de las actividades expuestas anteriormente, concretamente del *cuenta cuentos a infantil* y de la *tertulia literaria dialógica*, el alumnado realiza autoevaluaciones grupales. Se trata de una valoración más cualitativa, que permite reflexionar acerca de lo que ha ido bien y que es lo que hay que mejorar.

4. Resultados

En este apartado se da voz a los participantes, esto es, se recogen las opiniones y valoraciones del maestro y del alumnado en referencia a las prácticas del *cuenta cuentos a infantil*, la *tertulia literaria dialógica* y *leemos en pareja*.

Hemos visto como a partir de la actividad del *cuenta cuentos a infantil*, los alumnos tienen la responsabilidad de contar diferentes cuentos a lo largo del curso académico. En palabras del maestro, con esta actividad tan sencilla y fácil, que ocupa tan poco tiempo, genera numerosos aprendizajes en el alumnado. Siguiendo con la opinión del docente, esta es una actividad muy interesante a nivel de competencias y a nivel de lengua porque les hace mejorar mucho la expresión oral y la creatividad a la hora de contar el cuento. Al finalizar la actividad se les preguntó a los alumnos (de ambos cursos) su opinión. Ésta es valorada muy positivamente por ambas franjas de edad. Destacar que tal y como el mismo alumnado afirma, además de aprendizajes, se forjan relaciones afectuosas:

“A mí me parece una actividad preciosa. Tenemos un niño que se llama M. y nos vamos conociendo más y vamos aprendiendo a contar cuentos”.

“Se crea una conexión entre una niña pequeña y una más mayor”.

“Creo que es muy chulo, porque podemos experimentar emociones especiales [...]”.

“Me gusta mucho y podemos hacer una amistad”.

Por lo que respecta a la *tertulia literaria dialógica*, el maestro expresa que:

La particularidad que tiene el hacer una tertulia recae en que no hay uno más listo que otro, o no hay uno más importante que otro, ni yo tan solo. Se

puede ir rompiendo esa idea de que yo no sé tanto como mi compañero de al lado. [...] nadie ha vivido lo que uno ha experimentado.

El docente expone que a partir de esta actividad el alumnado de manera voluntaria habla, charla, lee, comenta y expresa aquello que le ha aportado o sugerido la lectura. Todas las opiniones cuentan, todos pueden aportar.

Los alumnos destacan de esta actividad la oportunidad de participar y contribuir de todos los compañeros y los aprendizajes lingüísticos que realizan. Se presentan a continuación algunas opiniones del alumnado en torno a la tertulia literaria dialógica:

“Me gusta mucho porque todos tenemos la oportunidad de escuchar a los compañeros leer y darles consejos. Además los cuentos son muy chulos”.

“La tertulia dialógica es una actividad muy chula que hacemos cada 15 días. A mí me gusta mucho porque podemos participar todos y aprendemos mucho vocabulario”.

“A mí me gusta mucho porque aprendes muchas palabras nuevas, cosas de todo”.

De la actividad *leemos en pareja*, el maestro resalta los avances que realizan los estudiantes, especialmente un alumno inmigrante quien está avanzando mucho en lengua valenciana. Las valoraciones del alumnado de esta actividad son:

“[...] es interesante porque se aprenden cosas según el tema del texto”.

“Aprendemos mucho, también aprendemos a leer con el compañero, aprendemos más vocabulario y aprendemos nuevas palabras”.

“[...] con los textos aprendemos muchas cosas divertidas e interesantes”.

“Yo creo que es una actividad en la que mejoramos la lectura, la comprensión lectora [...]”.

Conclusiones

En esta comunicación se ha pretendido reflexionar en torno a la participación democrática del alumnado en el aula. Y es que según las palabras de Dewey (1997), la relación entre la escuela y la comunidad es inseparable, al afirmar que “la escuela no debe estar amputada del mundo [...]. La vida escolar es una vida social donde el alumnado aprende la democracia”.

Hemos visto como a lo largo de diferentes prácticas el docente ofrece al alumnado numerosas oportunidades de participar y contribuir. En la actividad del *cuenta cuentos a infantil*, los alumnos tienen la oportunidad, en el segundo y tercer trimestre, de inventarse numerosos relatos y confeccionar el soporte visual para contarlos. Esto va generando cada vez expectativas más elevadas, ya que el alumnado se va mejorando en sus producciones. Además como los mismos alumnos han concluido se genera una relación de amistad entre los alumnos de 5º de primaria y los alumnos de infantil 4 años. Por lo que respecta a la *tertulia literaria dialógica* destacar que tal y como indican Molina y Domingo (2005), el aprendizaje dialógico presenta numerosas ventajas, estas son: 1) incrementa el interés y el compromiso por el trabajo académico, 2) permite aprovechar el potencial del grupo para el mejoramiento de todos, 3) hace partícipe un abordaje global de la experiencia educativa, 4) el alumnado puede aprender con otros y de otros, 5) posibilita una organización horizontal y una interacción cara a cara, 6) permite aprender, además de contenido, habilidades dialógicas, y aplicarlas a otros aspectos de la vida cotidiana, 7) favorece la creatividad y 8) compromete a otros actores en el proceso de aprendizaje. En la actividad de *leemos en pareja*, al igual que se ha explicado en la actividad del *cuenta cuentos a infantil*, a medida que avanza el curso se van generando expectativas más elevadas, dado que en el segundo trimestres los alumnos a partir del texto que les proporciona el maestro deben realizar diferentes actividades y preguntas, y en el tercer trimestre ellos mismos escogen el texto que quieren y confeccionan las diferentes actividades y preguntas. Resaltar también el papel que juega el alumnado tanto en la gestión general del aula como en el proceso de evaluación. Por lo que respecta a la gestión general del aula el alumnado adopta unas responsabilidades que debe realizar, tanto en su grupo como en el grupo clase, para el buen funcionamiento del aula. También hemos visto como el alumnado toma parte en su proceso de evaluación, su opinión y percepción cuenta.

Remarcar que los tres principios propuestos por Feito y López Ruiz (2008), que han sido comentados previamente, para que una escuela sea democrática también son visibles en este caso. Primero, hemos visto como se persigue el éxito de todo el alumnado y lo hemos relacionado con la pedagogía diferenciada. Cada alumno según sus necesidades, sus intereses y sus estilos de aprendizaje participa y contribuye de una forma u otra en las diferentes actividades que se han mostrado. No todo el alumnado debe hacer lo mismo. Segundo, el hecho de fomentar un alumnado más crítico y reflexivo, tal y como se ha expuesto previamente en este trabajo, es uno de los

principios que persigue el docente que ha sido objeto de nuestro análisis. Por último, todos: alumnado, familias y maestro participan y tienen voz en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En el caso de las familias estas juegan un papel muy importante para el buen funcionamiento de las actividades del *cuenta cuentos a infantil y leemos en pareja*. Además estas pueden participar activamente en la *tertulia literaria dialógica*.

Tal y como afirma el docente, por lo general, el alumnado no está acostumbrado a que se le ofrezcan oportunidades de participar y contribuir, les cuesta entrar en esta dinámica. Así pues, desde las escuelas se debe potenciar la participación democrática del alumnado y de las familias. Y es que tal y como indica Martínez (2010) a través de la educación es posible la transformación de nuestra sociedad en una sociedad más digna, inclusiva, cohesionada y equitativa.

Bibliografía

- Alonso, L.E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Beaudoin, N. (2013). *Una escuela para cada estudiante. La relación interpersonal, clave del proceso educativo*. Madrid: Narcea.
- Dewey, J. (1997). *Democracia y educación*. Madrid: Morata.
- Duran, D. (2006). Tutoría entre iguales: algunas prácticas. *Monográfico de Aula de Revista Innovación Educativa*, 153-154.
- Feito, R.; López Ruiz, J.I. (2008). *Construyendo escuelas democráticas*. Barcelona: Hipatia.
- Giroux, H. (2008). Introducción: Democracia, educación y política en la pedagogía crítica. En P. McLaren y J. L. Kincheloe (Eds.), *Pedagogía crítica: de qué hablamos, dónde estamos* (pp. 17-22). Barcelona: Graó.
- Gregory, G.H. & Chapman, C. (2007). *Differentiated Instructional Strategies: One Size Doesn't Fit All*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Heacox, D. (2002). *Differentiating Instruction in the Regular Classroom: How to Reach and Teach All Learners, Grades* (pp. 3-12). Minneapolis: Free Spirit.
- Legrand, L (1995). *Les différenciations de la pédagogie*. Paris: PUF.
- Martínez, M. (2010). Aprendizaje servicio y construcción de ciudadanía activa en la universidad: la dimensión social y cívica de los aprendizajes académicos. En M. Martínez (ED.), *Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades* (pp. 11-26). Barcelona: Octaedro-ICE.
- Meirieu, P. (1996). *Itinéraire des pédagogies de groupe: apprendre en groupe -1*. Lyon: Chronique sociale.
- Molina, C. y Domingo, M.P. (2005). *El aprendizaje dialógico y cooperativo. Una práctica alternativa para abordar la experiencia educativa en el aula*. Buenos Aires: Magisterio del Río de la Plata.
- Perrenoud, PH. (1996). *La pédagogie à l'école des différences*. Paris: EFS éditeur.
- Prud'Homme, L., et Bergeron, G. (2012). *Au-delà de la communication des contenus: une version plus flexible de l'enseignement*. *Prisme*, 17, 12-13.
- Ruiz Olabuénaga, J.R. (2007). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.

- Sanahuja, A.; Moliner, O. y Moliner, L. (2014, noviembre). *Pedagogía diferenciada: ¿Un concepto en desuso o de plena actualidad?* Actas del I Congreso Internacional de necesidades específicas de apoyo educativo, frente una educación segregada, Universidad de Almería, Almería.
- Stake, R.E. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Subban, P. (2006). Differentiated instruction: A research basis. *International Education Journal*, 7(7), 935-947.
- Taylor S.J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significado*. Barcelona: Paidós.
- Tomlinson, C.A. (1999). *The differentiated classroom: Responding to the needs of all learners*. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
- UNESCO (2008). *Los aprendizajes de los estudiantes de América Latina y el Caribe: Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo*. Santiago de Chile: Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe.
- Valles, M. S. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Waterman, S.S. (2007). *The democratic Differentiated Classroom*. New York: Eyes on education.

Agradecimientos

A los niños y al maestro, puesto que sin su colaboración y sus aportaciones no se hubiera podido realizar este trabajo.

Biografía

Aida Sanahuja Ribés es estudiante de doctorado en Educación de la Universidad Jaume I. Máster universitario en Intervención y Mediación Familiar. Licenciada en Psicopedagogía y Diplomada en Magisterio, especialidad de educación Infantil. Ha realizado trabajos de investigación sobre motivos de rechazo entre iguales, aprendizaje de la amistad, contenidos socioemocionales, aprendizaje-servicio y grupos interactivos, tiene algunas publicaciones y comunicaciones sobre estas temáticas. Su línea de investigación actual está vinculada a la pedagogía diferenciada en el aula inclusiva. Correo electrónico: al106899@uji.es.

Incidencia de los contextos: familia, escuela y grupo de iguales en la adquisición de valores de tolerancia en la adolescencia

Context Impact: Values Acquisition through the Family, School and Peer Group in during the Teenage Years

M^a Cinta Guinot Viciano, Universidad de Deusto

Resumen

Este trabajo se acerca al conocimiento y análisis de los valores relacionados con la tolerancia y el respeto a la diversidad de las y los adolescentes vascos. El valor de la tolerancia empieza a cultivarse desde la infancia, de manera que esta convicción nos hace afirmar que los agentes socializadores tales como la familia, el grupo de pares y la escuela tienen mucho que aportar a la construcción de una sociedad tolerante desde su función de concienciación continuada y su tarea de educación en valores.

El proceso de socialización es relevante en la adquisición de valores, constatando la importancia de la interacción entre el socializando y otros referentes significativos para el desarrollo adecuado de un proceso de socialización. Así las figuras de referencia que mantienen relación cotidiana con las chicas y chicos, tales como los padres y madres, los maestros y maestras y los amigos y amigas, inciden en la adquisición de valores en la etapa adolescente. En este trabajo se analiza la incidencia de estos referentes en la construcción de valores tolerantes hacia tres grupos sociales en un grupo de las chicas y chicos adolescentes.

De los tres agentes de socialización mencionados, se destaca la importancia de la familia en el ámbito de la transmisión de valores. Se comprueba que los hijos e hijas muestran una disposición a asumir como propios los valores parentales y fundamentalmente estos se interpretan o deducen de la conducta de sus padres y madres.

Palabras clave

Valores; tolerancia; adolescencia; agentes de socialización.

Abstract

This piece of work approaches the knowledge and research about values related with tolerance and diversity respect of Basque teenagers. The tolerance value starts developing since childhood. Therefore, we affirm that the socializing agents, such as family, school and peer group, have a lot to contribute in the building of a tolerant society thanks to their continuous awareness-raising and training on values.

The socializing process is relevant in the values acquisition. Such process verifies the importance of the interaction between the person being socialized and other significant referent people for the proper development of a socializing process. Hence the leading figures that keep continuous relationship with girls and boys, such as their parents, teachers and friends, have an impact in their values acquisition during their teenage years. In this study we analyze the impact of these referents in the building of tolerant values towards three social groups among teams of teenagers.

From the three mentioned socializing agents, we highlight the importance of the family in the value transmission field. We check that sons and daughters show a willingness to assume as their own their parents values and mostly those are understood and deduced from their parents' behavior.

Keywords

Values; tolerance; teenage years; socialization agents.

Introducción

El objeto de estudio de este trabajo es analizar la incidencia de los agentes de socialización en la consolidación de valores tolerantes en la etapa adolescente. Se pretende responder a la pregunta: ¿en qué medida los valores de tolerancia que los chicos y chicas adolescentes perciben en sus figuras parentales, educadoras y en sus amistades, influyen en la construcción de su propia tolerancia hacia las personas con discapacidad, personas inmigrantes y personas homosexuales?

1. Marco teórico

Cuando hablamos de valores nos referimos a lo que entendemos como aceptable o rechazable, lo admitido o lo prohibido, aquello que priorizamos en la vida, por lo que vale la pena esforzarse, luchar y arriesgarse, los objetivos que perseguimos y la jerarquía que establecemos entre ellos. Todas estas concepciones de lo bueno y lo malo se incorporan al contenido de nuestras actitudes individuales y las ponemos de manifiesto en nuestra conducta externa cuando interactuamos con los demás miembros de la sociedad a la que pertenecemos (Elzo, 2006).

La adolescencia es la etapa en la que la construcción como seres sociales adquiere una mayor relevancia, y cuando se consolida nuestra escala de valores, pues gran parte de lo que son los adolescentes es fruto de las relaciones y experiencias mantenidas con los adultos (Funes, 2005).

Las interacciones establecidas en la infancia permiten asimilar una serie de actitudes, valores, costumbres y sentimientos que van construyendo nuestro propio estilo de adaptación al medio social y nuestra autoestima (Musitu y Allatt, 1994; García y Ramírez, 1995).

Mediante la socialización los adolescentes asimilan valores y referencias culturales que forjarán un determinado estilo de adaptación al ambiente y a su contexto (Gracia y Musitu, 2000; Torregrosa y Fernández, 1984).

Mediante la socialización vamos adquiriendo, más o menos conscientemente, un sistema estructurado de valores, estableciendo un rango de importancia entre ellos, siendo la adolescencia una etapa vital crucial para la consolidación de este proceso (Molpeceres et al., 1994).

El aprendizaje significativo del valor supone que en el contexto más cercano se dé un clima de afecto, aceptación y comprensión, pues los valores se aprenden y se asimilan, en gran medida, por ósmosis. Cuando el adolescente aprende una conducta valiosa la vinculará directamente con la persona que la realiza, pues es mediante actitudes, comentarios, opiniones que se van observando, interpretando e imitando cómo se asimilan los valores. Así, a través de la relación con los padres y otros referentes se incorporan los valores haciéndolos propios (Ortega Ruiz y Mínguez Vallejos, 2004).

Para la UNESCO (1995) la tolerancia consiste en respetar, aceptar y estimar la diversidad de las culturas del mundo y las diferentes formas de expresión. Fomentar la tolerancia es practicar una actitud de apertura aceptando la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.

El reto de educar en valores es enseñar a valorar lo público en una sociedad como la nuestra, en la que casi todo se organiza en torno al valor de la vida privada y del individualismo (Camps, 1988).

Ser tolerante no es solo un deber moral, sino una exigencia política y jurídica. Es la virtud que hace posible la paz y permite la armonía de la diferencia. La tolerancia entendida como actitud activa (Cortina, 2001) es aprecio positivo hacia el otro y actitud de respeto a su propia cosmovisión. Ser tolerante es humanizar la vida, estableciendo una vinculación afectiva con los otros hombres y mujeres y con el mundo basada en la fraternidad (Santos, 2006).

Educar en valores tolerantes requiere de un ejercicio de discernimiento que permita respetar el pluralismo y aceptar a los grupos minoritarios de nuestra sociedad superando el fundamentalismo (Mínguez, 1995). Este es el reto de la educación en valores hoy tanto en el ámbito familiar como escolar y social.

La tolerancia se cultiva mediante el empeño consciente y reiterado de ser respetuosos con la diversidad, con aquellos que percibimos como diferentes porque piensan distinto o tienen otras creencias y valores (Bermúdez, 2003). Nos referimos a una tolerancia que es capaz de respetar las ideas y los modos de ser de las personas que discrepan de nosotros, porque por encima de las diferencias y de las circunstancias personales y grupales cada persona tiene dignidad, autonomía propia y capacidad para decidir su proyecto vital (Etxeberria, 1997).

La presencia en nuestro contexto de personas de otras procedencias y culturas, de personas con opciones de vida diferentes a las propias, nos interpela y nos impulsa a

educar a las nuevas generaciones a estar abiertos de manera sincera y honesta a aquello que es diferente, a lo desconocido, sin tener que renunciar para ello a la propia identidad (Marroquín, 1992). Así el ejercicio activo de la tolerancia se interioriza en las prácticas cotidianas, en la interacción con grupos sociales más vulnerables (en este estudio las personas con discapacidad, inmigrantes y homosexuales) desde una actitud de respeto y de superación de los propios prejuicios.

2. Metodología

Partimos de la hipótesis de que la tolerancia que los adolescentes consideran que se transmite en su familia, escuela y grupo de amigos hacia los tres grupos sociales analizados, predice el grado de tolerancia de estos hacia la realidad de esos tres colectivos.

Esperamos que se establezca una correlación positiva y significativa entre los valores de tolerancia que los menores perciben en sus figuras parentales, maestros/as y amigos, y sus propios valores tolerantes. Por tanto a más tolerancia percibida en la familia, el colegio y en el grupo de amigos, más tolerantes serán los adolescentes con los tres colectivos objeto de análisis.

Esta hipótesis se apoya en Molpeceres et al. (1994), ya que los valores de los hijos se parecen a los que estos creen que tienen sus padres, pues los adolescentes muestran una disposición a asumir como propios los valores que deducen de la interpretación que dan a la conducta parental.

También Lahire (2007) sitúa que el adolescente constituye sus disposiciones mentales y comportamentales a través de las relaciones con las personas que le rodean de modo más habitual y duradero.

Este es un estudio transversal habiéndose evaluado las variables en un único momento. Las medidas se han recogido a través de un cuestionario auto informado. La investigación empírica se basa en un amplio y minucioso estudio de investigación realizado por el equipo de investigaciones sociales de la Fundación Deusto. Tomando como referencia los datos de ese estudio (Ararteko, 2009) se ha acotado el análisis a la muestra de 762 adolescentes de edades entre 12 y 17 años, residentes en el País Vasco.

Los datos de los cuestionarios están recogidos en la herramienta de análisis estadístico de datos SPSS versión 20.

De todo el análisis realizado, para alcanzar el objetivo de este trabajo se ha realizado un análisis de correlaciones mediante la técnica de correlación de Pearson.

Previamente se ha acometido la construcción de índices sumarios. Los sumatorios de cada variable se han creado por el método de regresión a partir del análisis factorial exploratorio de los ítems que lo componen, esto nos ha permitido conocer el peso de cada ítem de tal forma que se han creado variables tipificadas (puntuaciones z). Este análisis permite valorar el peso específico de cada uno de los ítems a la hora de medir la variable tolerancia y así luego analizar su correlación con la tolerancia percibida en su familia, grupo de amigos y escuela.

3. Análisis

La información reflejada en la Tabla 1 permite analizar y comprobar si se establecen correlaciones significativas entre los valores de tolerancia de los adolescentes y los que estos perciben que son transmitidos en sus familias, colegios y grupo de amigos y amigas.

Tabla 1. Correlación entre los valores de tolerancia de los adolescentes hacia las personas con discapacidad, inmigrantes y homosexuales y los que perciben que se transmiten en sus familias, en sus centros escolares y en su grupo de iguales

TOLERANCIA ADOLESCENTES	VALORES DE TOLERANCIA PERCIBIDOS								
	EN LA FAMILIA			EN EL COLEGIO			EN EL GRUPO DE IGUALES		
	Inmigración	Homosexuales	Discapacidad	Inmigración	Homosexuales	Discapacidad	Inmigración	Homosexuales	Discapacidad
DISCAPACIDAD	.12**	.23***	.22***	.15***	.19***	.17***	.15***	.25***	.17***
INMIGRANTES	.37***	.17***	.13***	.17***	.14***	.12**	.32***	.15***	.12***
HOMOSEXUALES	.10*	.51***	.21***	.10*	.33***	.18***	.10*	.53***	.18***
*p<0.5,**p<.01,p,*** *p <.001									

Fuente: Elaboración propia a partir del Estudio de la transmisión de valores a menores 2009.

A continuación se destacan los resultados del análisis de las correlaciones.

3.1 Correlación entre los valores tolerantes percibidos en la familia y los valores tolerantes propios de los adolescentes

Respecto a la tolerancia hacia las personas con discapacidad, existe una influencia significativa entre lo que el adolescente percibe que transmiten sus padres y madres respecto a las personas con discapacidad y su propia tolerancia hacia ese grupo social. Pues cuando los valores transmitidos en la familia son de tolerancia hacia la discapacidad, planteando que deberían tener las mismas oportunidades que el resto, los adolescentes manifiestan más tolerancia hacia estos, pues todos los coeficientes son positivos y significativos.

En la tolerancia hacia las personas inmigrantes, se observa correlación alta entre los valores transmitidos en la familia y los del adolescente en cuanto a la tolerancia hacia este colectivo. Cuando los adolescentes perciben que en su casa se plantea que las personas inmigrantes aportan riqueza para el país, son más tendentes a defender ese tipo de valores tolerantes hacia la realidad de la inmigración. Al igual que en el anterior caso, todos los coeficientes fueron positivos y significativos.

En la correlación entre la tolerancia de los adolescentes hacia la homosexualidad y la percibida en su familia, los índices de correlación entre los valores tolerantes de la familia hacia este colectivo y los propios de los adolescentes fueron muy altos, siendo superiores a los dos casos anteriores. Así en la tolerancia hacia las personas homosexuales influye más lo que perciben de sus figuras parentales que en el caso de los otros dos colectivos.

3.2 Correlación entre los valores tolerantes percibidos en el centro escolar y los valores tolerantes propios de los adolescentes

Respecto a las correlaciones entre los valores propios de tolerancia de los adolescentes y los que estos perciben que se transmiten en su colegio, destacamos:

Se muestra una influencia significativa entre lo que el adolescente percibe que se transmite en su colegio respecto a las personas discapacitadas y su propia tolerancia hacia estas. En el caso de la inmigración, a mayor tolerancia transmitida en su centro hacia las personas inmigrantes, más tolerantes se manifiestan los adolescentes hacia este grupo social.

En tercer lugar, según la puntuación obtenida, la correlación es positiva y significativa en la tolerancia hacia las personas homosexuales. En el caso del colegio, no hay una correspondencia tan clara entre la tolerancia de los adolescentes hacia la

discapacidad y la percibida en el colegio como la observada en la familia. Sin embargo, si se manifiesta relación respecto a la tolerancia hacia los otros dos grupos sociales.

3.3 Correlación entre los valores tolerantes percibidos en el grupo de iguales y los valores tolerantes propios de los adolescentes

Respecto a la correlación entre la tolerancia de los adolescentes hacia las personas con discapacidad y tolerancia percibida en su grupo de iguales, la puntuación de la correlación entre ambas variables es significativa, aunque es la correlación que arroja una puntuación más baja; es decir, los amigos inciden más en la tolerancia de los adolescentes hacia las personas inmigrantes y homosexuales que hacia las discapacitadas.

La correlación entre la variable tolerancia de los adolescentes hacia las personas homosexuales y la percibida en su grupo de iguales muestra ser la más alta. Así la influencia del grupo de iguales es muy significativa, correlacionando más alto en tolerancia hacia las personas homosexuales que hacia los otros dos colectivos.

Además cuando los adolescentes perciben que en sus familias, colegios y grupo de amigos se transmiten valores tolerantes hacia uno de los tres colectivos, la tolerancia también incide en los otros dos grupos analizados.

4. Discusión

Los tres contextos de socialización ejercen una influencia en la construcción de valores tolerantes en los participantes de este estudio, aunque no en la misma proporción.

De entre los tres contextos, el familiar se erige como el de mayor incidencia, seguido de los amigos y del colegio.

La tolerancia que los hijos e hijas consideran que tienen y transmiten sus padres y madres hacia las personas con discapacidad, inmigrantes y homosexuales predice de manera significativa el grado la tolerancia hacia estos tres colectivos de ellos mismos.

Destaca la incidencia de los valores de tolerancia percibidos en la familia hacia la inmigración para que los hijos e hijas adolescentes sean tolerantes hacia esa realidad. Además respecto a la discapacidad, la influencia de los valores transmitidos en la familia es también significativa. La mayor incidencia se observa en la tolerancia hacia la

homosexualidad, pues lo que los adolescentes perciben en sus padres respecto a la homosexualidad tiene una gran incidencia en su propia tolerancia

Esto nos hace proponer, siguiendo a Ricoy y Feliz (2002), las Escuelas de Padres y Madres como espacios de reflexión y formación necesarios para orientar a los padres y madres en la tarea de educar en valores, ya que la incidencia del contexto familiar hace necesario formar, acompañar y asesorar a los padres en estrategias y prácticas educativas encaminadas a que sus hijos e hijas adolescentes aprendan a tomar decisiones, a intercambiar puntos de vista, a interactuar con realidades distintas a las propias y a ejercer la tolerancia activa ante ideas y elecciones discrepantes.

Respecto al contexto escolar, en los tres casos analizados concluimos que a mayor tolerancia transmitida en el centro escolar hacia cada uno de los colectivos, más tolerantes se manifiestan los adolescentes. Así, es importante apoyar a la escuela para que se convierta en sí misma en un proyecto ético, pues dados los datos obtenidos en esta investigación, el contexto escolar tiene un peso específico en la educación en valores de los alumnos y alumnas (Hernández, 2010).

La escuela no es solamente una institución transmisora de conocimientos, sino un contexto relacional que permiten experimentar el ejercicio real y cotidiano de la tolerancia. La escuela tiene que ser capaz de desarrollar una formación explícita en valores que comprometa a toda la comunidad educativa (Usategi y Del Valle, 2007).

Proponemos que la educación en la ciudadanía sea una alternativa docente para que los adolescentes puedan asumir sus propias responsabilidades, teniendo en cuenta los puntos de vista de los otros y las consecuencias de sus actuaciones en los demás (Cortina, 1997).

Abogamos por fomentar en los centros escolares una educación ética capaz de cultivar en los chicos y chicas la afectividad y las emociones, una educación centrada en establecer relaciones basadas en la tolerancia, en el respeto a las diferencias y en la igualdad. Pues sucede que: “Muchas veces la intolerancia y la falta de respeto es la respuesta provocada por la incapacidad de superar el miedo a la diferencia, sea esta de sexo-genero, de diversidad en la orientación sexual, etnia, edad, minusvalía intelectual o física...” (Usategi y Del valle, 2007: 93).

Un área de interés en próximas investigaciones es, a nuestro juicio, analizar cómo valoran y sienten los propios maestros y maestras su función educadora en valores. En este sentido cabría investigar sobre qué sintonía tienen estos con los currículos de sus

centros, cómo manejan la diversidad en las aulas, qué herramientas docentes y pedagógicas utilizan y qué carencias perciben.

Respecto al grupo de pares, se ha constado en los estudios revisados que los amigos se sitúan en segundo lugar de importancia, por debajo de la familia pero superando a la escuela (Laespada, 2001; Elzo 2012).

El hecho de que el grupo de iguales constituya un espacio relacional menos formal basado en las relaciones horizontales y en la participación de experiencias comunes, permite establecer con los amigos y amigas relaciones de proximidad y construir vínculos e interacciones en espacios más distendidos y menos normativos que los que se establecen con la familia o con la escuela.

Esta informalidad y proximidad permite a los adolescentes experimentar la sensación de libertad sin tutelas de sus figuras parentales y educadoras, siendo esta una experiencia necesaria en esta etapa del ciclo vital en la que la experimentación y el descubrimiento son dos elementos de gran trascendencia para ellos.

Los resultados de nuestra investigación reflejan que la correlación más significativa se observa entre la variable tolerancia de los adolescentes hacia las personas homosexuales y la tolerancia hacia las personas homosexuales percibida en su grupo de iguales. Así la influencia del grupo en la construcción de valores de tolerancia hacia el colectivo homosexual es sin duda muy significativa.

Por tanto el grupo de iguales ejerce una influencia significativa en la construcción de los valores tolerantes de los adolescentes, en primer lugar en relación a la homosexualidad, en segundo a la inmigración y en tercero a la discapacidad.

En definitiva las relaciones entre iguales son un marco fundamental para que los adolescentes exploren y definan sus propios valores. El grupo les ayuda a ir descubriendo quiénes son y a compartir una serie de actitudes que configurarán su propio código ético y un modo determinado de relacionarse con los demás poniendo en práctica una serie de valores compartidos (Moreira et al., 2010).

Destacamos el carácter transversal de la transmisión de valores. Es decir, el que en la familia, en la escuela y en el grupo de iguales se transmitan valores tolerantes hacia las personas con discapacidad afecta no solamente a que los chicos y chicas sean más tolerantes con las personas discapacitadas, sino también con las inmigrantes y las homosexuales, dándose de este modo un proceso de ósmosis en la adquisición de los valores.

Conclusiones

Así concluimos que la trasmisión de valores tiene un efecto multiplicador, pues cuando se transmiten valores de tolerancia hacia un determinado grupo social es como si derramásemos esencia de aceite de tolerancia que va impregnando el núcleo duro de los valores de los adolescentes; es decir, la tolerancia hacia un determinado grupo social es un valor que se expande y aplica a otras realidades y grupos sociales.

A nuestro juicio es importante tener en cuenta la trascendencia de esta dinámica pues a veces las figuras parentales y educadoras pueden no ser conscientes de que cuando plantean y transmiten valores y actitudes tolerantes hacia la realidad del fenómeno migratorio, por ejemplo, están trasvasando también esa construcción de tolerancia a otras realidades sociales.

Se podría decir que la tolerancia no solo se adscribe a un colectivo concreto, sino que es una actitud, una forma de responder en la vida a los acontecimientos, una opción que prioriza un tipo de valores sobre otros y que da un sentido a la existencia de los seres humanos.

Es cierto que podemos ser más o menos tolerantes hacia determinadas realidades, pero cuando a un niño o a una niña se le educa en la tolerancia activa como valor, en nuestra opinión, dados los resultados obtenidos, este estará preparado para ejercerla en diferentes circunstancias y respecto a cualquier grupo o realidad social que exija poner en marcha una respuesta tolerante.

En el análisis comparativo de los tres contextos que explican la adquisición de valores de tolerancia hacia la diversidad, es la familia la que incide en mayor medida en que los adolescentes adquieran valores de tolerancia independiente del tipo de realidad planteada, pero que los otros dos agentes socializadores sin duda son también relevantes y del todo necesarios para la consolidación de estos valores.

A la luz de los datos obtenidos, podemos afirmar que, de manera contundente para los adolescentes la familia es el espacio de socialización de mayor influencia en el desarrollo y consolidación de valores, en este caso tolerantes.

El grupo de iguales es para los chicos y chicas adolescentes el contexto más importante para su aceptación o discriminación de la diversidad sexual y por tanto es un espacio de socialización de gran incidencia en la construcción de su tolerancia hacia esta realidad.

La escuela se constituye como un escenario vital de relaciones, un laboratorio de prácticas relacionales que permite experimentar el ejercicio real y cotidiano de la tolerancia y además tiene una importancia relevante para la inserción social de las nuevas generaciones. Sin duda es el medio en el que es posible aprender el ejercicio de la tolerancia desde la tutela y el acompañamiento de las figuras educadoras.

Aunque en este trabajo, por cuestiones metodológicas, hemos analizado la tolerancia de los adolescentes hacia los tres grupos sociales objeto de análisis, si algo hemos aprendido es que ser tolerante es una disposición hacia la vida, es decir, una actitud.

En otras palabras, la tolerancia es una apuesta por relacionarnos con nuestros semejantes desde el respeto a sus diferencias, y cuando favorecemos que se desarrollen valores tolerantes en los jóvenes y adolescentes, no lo hacemos solamente de manera determinista hacia la realidad de un grupo social, sino que ese valor adquiere fuerza y desarrollo y sigue siendo semilla para tolerar otras realidades diversas (Bartolomé y Silvestre, 2007).

Bibliografía

- Ararteko. (2009). *Informe extraordinario de la institución del Ararteko al Parlamento Vasco. La transmisión de valores a menores*. Vitoria-Gasteiz: Ararteko.
- Bartolomé, E. y Silvestre, M. (2007). *Sociología de los valores*. En *La Sociología en España*. Pérez Yruela, M. Madrid: CIS.
- Bermudez de Castro, S. (2003). El sentido de la tolerancia. *Revista digital Cuenta y Razón del Pensamiento Actual*, 129, 31-41. Fundación de Estudios Sociológicos FUNDES.
- Camps, V. (1988). El valor del civismo. En *Educación en valores: un reto educativo actual. Cuadernos monográficos del ICE*, 9. Instituto de Ciencias de la Educación. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cortina Orts, A. (1997). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cortina Orts, A. (2001). Valores Morales y comportamiento social. En el siglo XX. Mirando hacia atrás para ver hacia delante. En García de Cortázar (coord.). *Papeles de la fundación*, 60. Madrid: Fundación para el análisis y los estudios sociales y los autores.
- Elzo Imaz, J. (2006). *Jóvenes, valores y drogas*. Madrid: FAD.
- Elzo Imaz, J. (2012). *Valores y agentes de socialización*. En *Drogas y Escuela VIII. Las drogas entre los escolares de Euskadi treinta años después*. Instituto Deusto *Drogodependencias*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Etxeberria Mauleón, X. (1997). Perspectivas de la Tolerancia, *Cuadernos de teología Deusto*, 14. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Funes Artiaga, J. (2005). Propuestas para observar y comprender el mundo de los adolescentes .O de cómo mirarlos sin convertirlos en un problema. Conferencia

- nº 2. *En libro de Conferencias del Congreso Ser adolescente hoy* (pp. 35-48). Madrid: FAD .
- García, M.D. y Ramirez,G. (1995). Valores y acercamiento paterno filial. *Actas II Congreso Internacional de Psicología y Educación: Intervención Psicopedagógica*. Madrid.
- Gracia, E. y Musitu, G. (2000). *Psicología social de la familia*. Barcelona: Paidós.
- Hernández, O. (2010). El sentido de la escuela. Análisis de las representaciones sociales de la escuela para un grupo de jóvenes de la ciudad de Bogotá. *Revista Mexicana de Investigación y Educación. Consejo Mexicano de Investigación y Educación*, 15(46), 945-967.
- Laespada Martínez, M. (2001). La nueva socialización de los jóvenes: espacios de autoformación. *Revista Documentación Social*, 121, 185-202.
- Lahire, B. (2007). Infancia y adolescencia. De los tiempos de socialización sometidos a constricciones múltiples. *Revista de Antropología Social*, 16, 21-38.
- Marroquín Pérez, M. (1992). Tolerancia e intolerancia: claves psicológicas de su desarrollo. Lección inaugural Apertura del Curso 1995-96. Memoria Académica 94/95 . Bilbao: Universidad de Deusto.
- Mínguez Álvarez, C. (1995). Valores humanos y educación en /para la tolerancia. *Aula, revista de enseñanza e investigación educativa*, 7, 61-77. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Molpeceres, M A., Musitu, G. y Lila .M.A. (1994). *La socialización del sistema de valores en el ámbito familiar. Capítulo V. En Psicología de la familia. Musitu .G. y Allatt, P.* Valencia: Albatros.
- Molpeceres, M. (1994). *El sistema de valores. Su configuración y su socialización familiar en la adolescencia. Tesis doctoral. Dir. Musitu, G. y Allat.* València: P. Facultad de Psicología. Universitat de València.
- Moreira, V., Sánchez, A. y Mirón, L. (2010). *El grupo de amigos en la adolescencia. Relación entre afecto, conflicto y conducta desviada.*
- Musitu, G. y Allatt, P. (1994). *Psicología de la familia*. Valencia: Albatros.
- Ortega Ruiz, P. y Mínguez Vallejos, R. (2004). Familia y transmisión de valores. *Teoría de la educación*, 15(5), 33-39.
- Ricoy Lorenzo, M. C. y Feliz Murías, T. (2002). *Estrategias de intervención para la escuela de padres y madres*. Recuperado de *Educación XXI*, 5. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/educxx1.5.1.390>
- Santos Gómez, M. (2006). La horizontalidad de las relaciones humanas y la tolerancia. *Utopía y Praxis Latinoamericana. Revista internacional de filosofía iberoamericana y Teoría social*, 34, 79-90.
- Torregrosa, J.R. y Fernández, C. (1984). La interiorización de la estructura social .En Torregrosa J.R. y Crespo, E. (eds.). *Estudios básicos de Psicología Social* (pp. 421-446). Barcelona: Hora.
- UNESCO (1995). *Declaración de Principios sobre Tolerancia*. UNESCO. Recuperado de <http://www.unesco.org/cpp/sp/declaraciones/tolerancia.html>
- Usategi Basozabal, E. y Del Valle Loroño, A.I. (2007). *La escuela sola: transmitir en valores en una escuela en cambio. Informe sobre la transmisión de valores en la enseñanza de Vitoria-Gasteiz*. Leioa: Departamento de Sociología I-UPV/EHU.

Agradecimientos

Agradezco al equipo de Investigaciones Sociales de la Fundación Deusto el haberme permitido y favorecido el acceso y utilización de la base de datos elaborada por el informe extraordinario del Ararteko (Defensor del Pueblo vasco), titulado “La

transmisión de valores a menores para el trabajo empírico de mi tesis doctoral y la elaboración de este trabajo”.

Biografía

M^a Cinta Guinot Viciano. Licenciatura en Antropología Social y Cultural (2005-2006) Universidad del País Vasco. Diplomatura en Trabajo Social. Universidad del País Vasco. Escuela Universitaria de Trabajo Social de San Sebastián. Convalidación 1988. Terapeuta Familiar. Título de la Asociación Vasco Navarra y la Federación española de Terapia Familiar. Acreditación 1995. Posgrado Formación, Orientación y Supervisión. Título de la Asociación Navarra Mitxelena. 2003. Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Deusto octubre de 2014. Profesora doctora de la facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto, departamento de Trabajo social, campus de San Sebastián, desde 2005 hasta la actualidad. Miembro del equipo de investigación de valores sociales de la Universidad de Deusto. Áreas de investigación: trabajo social con familias. Servicios Sociales. Desprotección infantil. Valores. Correo electrónico: cguinot@deusto.es.

Formación docente, clave para la promoción de la resiliencia en las escuelas

Teacher training, key to promote resilience in schools

Rosa Mateu Pérez, Universitat Jaume I
Raquel Flores Buils, Universitat Jaume I
Antonio Caballer Miedes, Universitat Jaume I

Resumen

Los centros educativos, como parte de la sociedad, no están exentos de vivenciar situaciones adversas y/o traumáticas, por lo que es fundamental poner la mirada en los colegios como contextos para la promoción de la resiliencia. La resiliencia es un proceso cuyo resultado es el fortalecimiento y crecimiento de las personas que atraviesan experiencias traumáticas, sin olvidar la cicatriz que se produce a consecuencia de estas experiencias. Debido a esta connotación de proceso, es importante fijar la mirada en cada uno de los elementos y fases que forman parte del mismo.

Por ello, consideramos necesario incidir en las escuelas para que se potencien y desarrollen procesos resilientes. En este sentido los maestros tienen un rol importante en la construcción y promoción de la resiliencia. Un maestro será profesional resiliente cuando en sus prácticas educativas ayude a generar o potenciar procesos resilientes, así incidirá tanto en la prevención, como en la intervención. Además, para poder ser competente como profesional resiliente, los docentes deben tener recursos tanto internos como externos y unas creencias que no reproduzcan los estereotipos existentes en la sociedad. Un pilar básico para ello es la formación docente.

Partiendo de esta realidad, nuestro equipo de investigación del Observatorio Psicosocial de Recursos en Situaciones de Desastres (OPSIDE) de la Universitat Jaume I realizó un estudio para conocer la situación actual de 290 docentes de Educación Infantil y Primaria en este tópico. Los resultados señalan que la mayoría de docentes detectan a aquellos alumnos que están atravesando una situación traumática pero consideran que no disponen de recursos para abordar estas situaciones, ni para trabajar las cualidades individuales de resiliencia, solicitando formación en este ámbito. Esta situación nos motivó a organizar un programa de formación cuyo objetivo general fue incrementar las competencias de los docentes como profesionales resilientes.

Palabras clave

Resiliencia; contextos educativos; formación docente; maestros; profesionales resilientes.

Abstract

Schools, as part of society, are not exempt from experiencing adverse and or traumatic situations, so it is crucial to look at schools as contexts to promote resilience. Resilience is a process whose outcome is the strengthening and growth of people going through traumatic experiences, without forgetting the scar produced as a result of these experiences. Due to this connotation of process, it is important to look at each of the elements and phases that form part of it.

Thus, it is necessary to affect schools in order to boost and develop resilient processes. Teachers play an important role in building and promoting resilience. A professional teacher will be resilient when their classes help generate or enhance resilient processes and will influence both prevention and intervention. In addition, to

be competent and resilient professional, teachers must have internal and external inputs and some beliefs that do not reproduce existing stereotypes in society. A cornerstone for this is teacher training.

Given this reality, our research team Psychosocial Resources Observatory in Disaster Situations (OPSIDE) of the Universitat Jaume I conducted a study to learn the current status of 290 teachers on Primary Education about this topic. The results show that most of the teachers detect students who are going through a traumatic situation, but they consider that they lack resources to address these situations and to work on the individual qualities of resilience and therefore, they request training in this area. This situation prompted us to organize a training program whose overall objective is to increase the skills of teachers as professionals resilient.

Keywords

Resilience; educational context; teacher training; teachers; resilient professionals.

Introducción

El individuo es un ser social por naturaleza y su vida se desarrolla en un medio natural y social. Este hecho provoca que su vida esté en una continua lucha por la supervivencia. En palabras de Yehuda (1997):

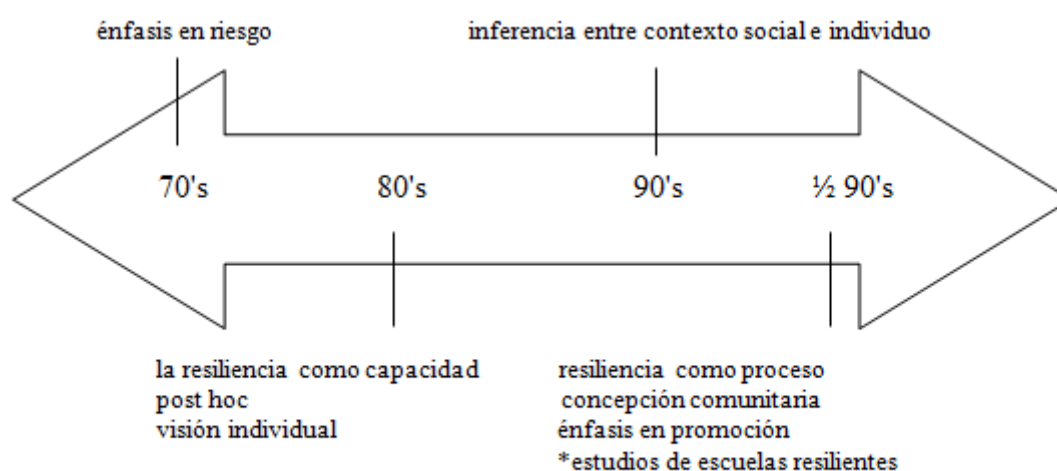
Al final de su vida, una persona de cada dos habrá padecido un acontecimiento que podríamos clasificar como traumático, una violencia que le habrá empujado a codearse con la muerte. Una persona de cada cuatro se habrá visto confrontada a varios acontecimientos capaces de dejarla desmantelada. Una persona de cada diez no conseguirá librarse de su trauma, lo que equivale a decir que las demás, al debatirse y al comprometerse, habrán logrado remendar su personalidad desgarrada y recuperar un lugar en la aventura humana (Yehuda, 1997).

Hasta la década de los 80, la gran mayoría de estudios sobre las personas ante situaciones adversas se centraban en modelos patogénicos de salud (modelo de riesgo). Este modelo se basa en la búsqueda del déficit y las vulnerabilidades que se generaban en las personas ante situaciones traumáticas o adversas. Pero a partir de los resultados en las investigaciones basadas en el modelo de riesgo, en los años 80, y con más fuerza en los años 90, cobra especial importancia un modelo más optimista: el modelo de desafío y resiliencia. Éste se fundamenta en considerar a los sujetos activos capaces de resistir y rehacerse ante las adversidades. Es un modelo centrado en el individuo y su contexto social, en el que, la terapia se centra en las posibilidades y competencias de las personas, familias y comunidades. La prevención y la promoción de cualidades y competencias se convierten en el eje básico de su trabajo. Esta nueva concepción se engloba dentro de la Psicología Positiva cuyo objetivo es la búsqueda de los procesos y mecanismos que subyacen a las fortalezas y virtudes humanas (Vera, Carbelo y Vecina,

2006).

La evolución en el transcurso del tiempo que ha tenido el concepto de resiliencia permite entender la adaptación resiliente en función de la interacción dinámica entre múltiples factores de riesgo y factores resilientes; los cuales pueden ser familiares, bioquímicos, fisiológicos, cognitivos, afectivos, socioeconómicos, sociales y/o culturales (Barudy y Marquebreucq, 2006; Cyrulnik, 2006; Greene, 2002; Guedeney, 1998; Manciaux, Vanistendae, Lecomte y Cyrulnik, 2003; Rutter, 1991, 1993). En la Figura 1 mostramos esta evolución.

Figura 1. Línea conceptual de la resiliencia



Fuente: Infante (2004)

*Aportación de Mateu (2009)

Fuente: Mateu (2009: 78)

Al mismo tiempo, el desarrollo de las investigaciones pone en manifiesto la necesidad del trabajo preventivo continuo, debido a que la resiliencia se construye y alimenta toda la vida, pero con altibajos y de formas concretas que pueden transformarse en el tiempo. Dicha capacidad como es un proceso dinámico entre la persona y el entorno, no procede exclusivamente del entorno ni es algo exclusivamente innato. Ésta nunca es absoluta ni terminantemente estable. Por ello, podemos afirmar que “se está resiliente” más que se “es resiliente” y la necesidad para promocionar la resiliencia fortaleciendo a las personas de un modo integral, es decir teniendo en cuenta todos sus medios (individual, familiar, comunitario).

En este sentido, uno de los contextos idóneos para la promoción de la resiliencia son las escuelas ya que, como parte de la comunidad, pueden ejercer un papel muy importante en el desarrollo y potenciación de factores individuales y de generación de

procesos de resiliencia entre los miembros de la comunidad (familia, alumnos, docentes). Siendo el docente un profesional resiliente que incluso pueda llegar a convertirse en guía o tutor de resiliencia (Cyrulnik, 1999), ya que éste puede ser un apoyo emocional importante para sus alumnos e incluso para las familias, ayudándoles y guiándoles para que éstos generen fortalezas, recursos y aprendizajes ante las vivencias de situaciones adversas y/o traumáticas; y a través del trabajo preventivo en las escuelas mediante el fortalecimiento tanto de las familias, alumnado y docentes. Ejemplos de ello sería el trabajo de las cualidades individuales de resiliencia en las escuelas para fortalecer así las capacidades internas de los niños o la potenciación de las redes sociales y de apoyo familiar interno de los niños, el desarrollo del trabajo interdisciplinar, dentro y fuera de las aulas, el hacer partícipe a las familias, etc. (Benard, 1991; Henderson y Milstein, 2003; Mateu, García, Gil, Caballer y Flores, 2014; Ziegler, Taussig y Black, 1992).

Del mismo modo que la escuela es clave para generar los procesos de resiliencia, la formación de los maestros y demás miembros de la comunidad educativa es esencial para ayudar a potenciar los procesos de resiliencia, ya que con ésta se les dota de recursos tanto internos como externos para desarrollar no sólo las competencias de los docentes como profesionales resilientes, sino también para la resiliencia familiar y comunitaria. Del mismo modo, se contribuye a afianzar y desarrollar creencias en la sociedad acordes con las aportaciones de la resiliencia que destruye mitos existentes como de “un padre maltratador un hijo/a maltratador/a”.

Por todo ello, el interés de nuestro grupo de investigación se ha centrado en los colegios y en concreto en el fortalecimiento de los docentes como transmisores de conocimientos, actitudes, valores y como fuente de apoyo emocional de sus alumnos. Así, llevamos a cabo una investigación con 290 maestros de Educación Infantil y Primaria (Mateu, 2013), cuyo objetivo era conocer aspectos relacionados con la promoción de la resiliencia (creencias, formación, recursos e intereses de los docentes). Lo cual nos llevó al diseño de un programa de formación centrado en dotar a los profesores de herramientas y estrategias para fomentar la resiliencia en las escuelas y facilitarles pautas de intervención ante un suceso traumático.

1. Estudio de la promoción de la resiliencia en contextos escolares

Como hemos comentado anteriormente, la escuela y todos los elementos que

forman parte de ella son importantes para el fomento de procesos resilientes, por ello se realizó desde la línea de investigación del Observatorio Psicosocial de Recursos en Situaciones de Desastre (OPSIDE) de la Universitat Jaume I una investigación sobre las escuelas, en especial sobre el papel que desempeñan los docentes en los procesos de generación de resiliencia en sus alumnos a través del análisis de sus creencias, formación, recursos e intereses relacionados con la resiliencia. El objetivo principal era evaluar a los docentes como profesionales resilientes para conocer cómo promocionan la resiliencia en las escuelas y detectar las necesidades que tienen al respecto para posteriormente poder diseñar un programa formativo en resiliencia que incremente las competencias de los docentes como profesionales resilientes.

1.1 Participantes

La muestra estaba compuesta por 290 docentes de 12 colegios ordinarios de Castellón y uno de Educación Especial de Valencia (Torrente). De éstos, el 69% de la muestra eran profesores de centros públicos ordinarios, el 18,9% de centros privados-concertados, el 6,9% de centros públicos de Educación Especial y el 5,2% de centros privados. La media de edad de los docentes era 44,48 años (DT= 15,813). Así mismo, el 22% pertenecían al género masculino y el 78% al género femenino.

Con respecto a los años de experiencia docente, el 27,9% tenían una experiencia de 1 a 5 años de docencia, el 37% de 5 a 15 años de docencia y el 35,1% de los profesores tenían más de 15 años de docencia.

Finalmente, señalar que el 93,1% impartían docencia en centros ordinarios y el 6,9% en centros de Educación Especial.

1.2 Instrumentos

Fueron utilizadas las siguientes escalas:

- Escala Connor-Davidson (CD-RISC) que mide el perfil de la resiliencia de los docentes, la cual fue validada por el equipo de investigación (Connor y Davidson, 2003).
- Cuestionario sobre promoción de la resiliencia en las escuelas C-PRE (Mateu, 2009), cuyo contenido se centra en la práctica educativa y la formación, recursos e intereses de los docentes en resiliencia y aspectos relacionados con ésta.

1.3 Análisis de datos

Tras la validación de la escala CD-RISC25 de Connor y Davidson (2003) y la comprobación de la normalidad en las puntuaciones, se llevaron a cabo los análisis estadísticos a través de la prueba T y del análisis de varianza (ANOVA). Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico SPSS 21.

1.4 Resultados

Algunos de los resultados más destacables fueron los siguientes:

- La media del perfil de resiliencia de los docentes es bastante alta, $M=75,93$ ($DT=8,605$), ya que la máxima puntuación que puede obtenerse es 100.
- El grado de importancia que los docentes otorgan a la adquisición y desarrollo de las cualidades individuales de resiliencia en los escolares es muy elevado. Las puntuaciones oscilan entre un 85% (humor) a un 98,7% (autoestima) de profesores que las consideran importantes.
- El 70,70% de ellos creen que no tienen recursos suficientes para trabajar en el aula las cualidades individuales de resiliencia.
- El 90,6% de los maestros detectan aquellos alumnos que están atravesando situaciones adversas y/o traumáticas en el aula pero, al mismo tiempo, el 76,4% de los docentes consideran que no son capaces de trabajar situaciones traumáticas con sus alumnos.
- El 88% de los maestros están interesados en recibir formación en la resiliencia y aspectos relacionados con la misma.

2. Programa formativo ¿hacia una escuela resiliente?. Resiliencia y duelo en el contexto educativo

En función del interés de los profesores en recibir formación sobre la resiliencia y de sus necesidades dimos respuesta a esta demanda a través del diseño e implementación de un programa formativo: “¿Hacia una escuela resiliente? Resiliencia y duelo en el contexto educativo”. Dicha capacitación se realizó en dos colegios de Castellón cuyos maestros habían participado en el estudio explicado anteriormente. Fueron un total de 45 profesores de Educación Infantil y Primaria que impartían clase en diferentes niveles educativos y con distintos años de experiencia.

Este programa de promoción de la resiliencia se fundamenta en el modelo integrador de Mateu (2009) en el que la capacitación docente en resiliencia es

fundamental para generar procesos de resiliencia en el aula, y también se fundamenta con los aportes de diferentes investigadores de la resiliencia (Cyrulnik, 1999; García, 2005; Grotberg, 1995; Guénard, 2004; Henderson y Milstein, 2003; Rutter, 1985; Suárez, 2004; Vanistendael, 2005; Werner y Smith, 1982; Wolin y Wolin, 1993).

El objetivo del programa es dotar a los profesores de herramientas y estrategias para fomentar el trabajo de la resiliencia en las aulas y facilitarles pautas de intervención ante un suceso traumático para que pudieran actuar como “tutores o guías de resiliencia”.

El programa de formación contenía los siguientes bloques de contenido:

- *Bloque I: La resiliencia: concepto, modelos y guías o tutores de resiliencia.* Aquí se presenta la definición del concepto de resiliencia y, en especial, se destaca el concepto de tutores de resiliencia.
- *Bloque II: Los factores de protección y riesgo: habilidades individuales de resiliencia.*
- *Trabajo en las escuelas.* En él se desarrollan aspectos claves para la promoción de la resiliencia como son aquellos modelos que describen como se genera la resiliencia y los que muestran cómo se promociona. Es esencial en este bloque el concepto de profesional resiliente.
- *Bloque III: Duelo y resiliencia. Pautas de intervención ante un suceso traumático.* Se abordan los contenidos y recursos que los maestros necesitan para trabajar con los alumnos que hayan o estén vivenciando eventos traumáticos. Nos centramos en los procesos de duelo.

El programa es de carácter semipresencial y la metodología diseñada es activa y participativa. Los contenidos se desarrollan a través de sesiones teórico-prácticas en las que se realizan exposiciones, actividades grupales e individuales y trabajo virtual tanto individual como tutorizado a través de la plataforma virtual Moodle de la Universitat Jaume I.

La evaluación del programa se llevó a cabo tanto en la Fase de Aplicación como en la Fase de Resultados, dando respuesta a los criterios de eficacia y efectividad.

Los resultados extraídos de los instrumentos de evaluación muestran como se ha cumplido con los objetivos propuestos, ya que el programa consigue que los docentes incrementen sus contenidos, creencias y recursos en resiliencia, medidos antes y después del programa de formación. En cambio, el grupo control, no presentó cambios

ni en creencias, ni en contenidos, ni en recursos, antes y después de la formación.

Conclusiones

La escuela es un espacio fundamental para el desarrollo de la resiliencia donde los docentes, las familias y los alumnos tienen una labor muy importante en este proceso. En este contexto, consideramos esencial la formación de los docentes como profesionales resilientes, por ello es necesario conocer cómo promocionan éstos la resiliencia, y al mismo tiempo capacitarles en aspectos relacionados con la resiliencia, tal y como muestra el modelo integrador de resiliencia (Mateu, 2009).

De este modo, desde el OPSIDE-UJI se llevó a cabo una investigación con 290 maestros de Infantil y Primaria con el fin de analizar qué creencias, prácticas educativas y recursos tenían para promocionar la resiliencia. Los resultados apuntan a que la mayoría de docentes detectan aquellos alumnos que están atravesando una situación traumática pero consideran que no tienen recursos para trabajar con ellos. Al mismo tiempo, opinan que no tienen suficientes recursos para trabajar las cualidades individuales de resiliencia (tales como el optimismo, la creatividad, sentido del humor, autoestima, empatía, moralidad, adaptación a los cambios, entre otros). Estos aspectos son importantes porque tienen menos competencias para ser profesionales resilientes y les dificulta la posibilidad de llegar a ser tutores de resiliencia con estos alumnos. También consideramos destacable el hecho de que quieran recibir formación ya que muestra que están receptivos a recibir un programa formativo en resiliencia.

Por ello se llevó a cabo el diseño, implementación y evaluación de un programa formativo que aumentara las competencias de los docentes como profesionales resilientes. En concreto el programa se centra en trabajar aspectos relacionados con la resiliencia como el concepto, modelos y guías o tutores de resiliencia; los factores de protección y riesgo (habilidades individuales de resiliencia); y con el duelo, aportando pautas de intervención ante un suceso traumático.

Los resultados muestran como dicho programa cumple con los objetivos establecidos, ya que se encuentra un incremento de las competencias trabajadas en los docentes después de su aplicación.

Por todo ello, consideramos que sería interesante continuar con el análisis de los alumnos y las familias para diseñar acciones prácticas que fomenten la resiliencia. También observar a largo plazo los cambios que se producen en las escuelas con la

formación de los docentes, y replicar la formación en otras escuelas adaptando el programa a su contexto específico.

Bibliografía

- Barudy J. y Marquebreucq A. P. (2006). *Hijas e hijos de madres resilientes*. Barcelona: Gedisa.
- Benard, B. (1991). *Fostering resiliency in kids: Protective Factors in the family, School and Community*. San Francisco: Wested Regional Educational Laboratory.
- Connor, K.M. y Davidson, J.R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18(2), 76-82.
- Cyrulnik, B. (1999). *Un merveilleux malheur*. París: Odile Jacob.
- Cyrulnik, B (2006). Prefacio. En J. Barudy y A. Marquebreucq P. (Eds), *Hijas e hijos de madres resilientes*. Barcelona: Gedisa.
- García, A. L. (2005). Psicología positiva, resiliencia, robustez y crecimiento. *Hojas informativas de l@s psicolog@s de Las Palmas*, 76-77, Mayo-Junio, 35-39.
- Greene, R. (2002). Human behavior theory. A resilience orientation. En R. Greene. (Ed), *Resiliency: an integrated approach to practice, policy and research* (pp. 1-279). Washington D.C: NASW Press.
- Grotberg, E. (1995). *A guide to promoting resilience in children: strengthening the human spirit, The international Resilience Project*. La Haya, Holanda: Bernard Van Leer Foundation.
- Guedeney, A. (1998). Les determinants précoces de la resilience. En B. Cyrulnik (Ed), *Cés enfants qui tiennent le coup* (pp. 13-26). Revigny-sur-Ornain: Hommes et Perspectives.
- Guénard, T. (2004). La encarnación de la resiliencia. En B. Cyrulnik, S. Tomkiewicz, T. Guénard, S. Vanistendael, M. Manciaux. *El realismo de la esperanza* (pp. 71-89). Barcelona: Gedisa.
- Henderson N. y Milstein M. (2003). *Resiliencia en la escuela*. Buenos Aires: Paidós.
- Manciaux, M., Vanistendael, S., Lecomte, J. y Cyrulnik, B. (2003). La resiliencia: estado de la cuestión. En M. Manciaux (Ed.), *La resiliencia resistir y rehacerse*. Barcelona: Gedisa.
- Mateu, R. (2009). *¿Hacia una escuela resiliente?: Un estudio a través del profesorado de Educación Infantil y primaria*. Proyecto de Investigación final de Máster (no publicado), Universitat Jaume I, Castellón.
- Mateu, R. (2013). *Promoción de la resiliencia en contextos escolares. Diseño, implementación y evaluación de un programa de intervención*. Tesis Doctoral no publicada, Universitat Jaume I, Castellón.
- Mateu, R., García, M., Gil, JM. Caballer, A. y Flores, R. (2014). La promoció de la resiliencia a les escoles: anàlisi d'una experiència. *Temps d'Educació*, 46, 33-49.
- Rutter, M. (1985). Resilience in the face of adversity: Protective factors and resistance to psychiatric disorder. *British Journal of Psychiatric*, 147, 598-611.
- Rutter, M. (1991). Some conceptual considerations. Presented at the *Fostering resilience Conference*. Washington. D.C: Institute for Mental Health Initiatives.
- Rutter, M. (1993). Resilience: Some conceptual considerations. *Journal of Adolescent Health*, 14(8), 626-631.
- Suarez, N. E. (2004). Perfiles de Resiliencia. En N. E. Suarez., M. Munist, M. A. Kotliarenco (Eds.), *Resiliencia tendencias y perspectivas*. Argentina: Fundación Bernard Van Leer. UNLA.

- Vanistendael, S. (2005). *La resiliencia: desde una inspiración hacia cambios prácticos*. En II Congreso internacional de los trastornos de comportamiento en niños adolescentes. Madrid.
- Vera, B., Carbelo, B y Vecina, M. (2006). La experiencia traumática desde la psicología positiva: resiliencia y crecimiento postraumático. *Papeles del Psicólogo*, 27.
- Werner, E. E. y Smith, R. S. (1982). *Vulnerable but invincible: a longitudinal study of resilient children and youth*. Nueva York, EE.UU: McGraw Hill.
- Wolin, S. J. y Wolin, S. (1993). *The resilient self: how survivors of troubled families rise above adversity*. Nueva York, EE.UU: Villard Books.
- Yehuda, R. (1997). Le DST prédicteur du PTS, *Abstract Neuro-psy*, 168.
- Ziegler, E., Taussig, C. y Black, K. (1992). Early childhood intervention, a promising preventive for juvenile delinquency. *American psychologist*, 47(8), 997-1006.

Biografía

Rosa Mateu Pérez es Doctora por la Universitat Jaume I (UJI). Maestra y Profesora del Departamento de Educación de la Universitat Jaume I. Su Tesis Doctoral se centra en la promoción de la resiliencia en contextos educativo. Miembro del equipo de investigación del Observatorio Psicosocial de Recursos en situaciones de desastres (OPSIDE-UJI). Entre sus líneas de investigación destacan la resiliencia, en especial en el contexto educativo, y metodologías educativas e interdisciplinariedad. Correo electrónico: rmateu@uji.es.

Raquel Flores Buils es Doctora en Psicología. Profesora del Departamento de Psicología Evolutiva, Educativa, Social y Metodología de la Universitat Jaume I (UJI). Miembro del equipo de investigación del Observatorio Psicosocial de Recursos en situaciones de desastres (OPSIDE-UJI). Entre sus líneas de investigación destacan asesoramiento vocacional, orientación educativa, intervención psicosocial en desastres y emergencias y resiliencia en el contexto educativo. Correo electrónico: flores@uji.es.

Antonio Caballer Miedes es Doctor en Psicología. Profesor del Departamento de Psicología Evolutiva, Educativa, Social y Metodología de la Universitat Jaume I (UJI). Miembro del equipo de investigación del Observatorio Psicosocial de Recursos en situaciones de desastres (OPSIDE-UJI). Entre sus líneas de investigación destacan orientación educativa, intervención psicosocial en desastres y emergencias y resiliencia en el contexto educativo. Correo electrónico: caballer@uji.es.

El problema del acoso escolar entre la población de habla Maya en México: Concienciación de los escolares desde una perspectiva intercultural

The problem of School bullying among the Mayan speaking population in México: Raising awareness in school children from an intercultural perspective

María Isabel Bolívar Pérez, Universidad de Granada
Ismael Ramos Ruiz, Universidad de Granada

Resumen

Si bien el problema de la violencia y el acoso escolar tienen plena actualidad en numerosos países del mundo, en México ha alcanzado unas dimensiones que han hecho necesaria la intervención de las autoridades en la materia. Por este motivo, se ha realizado un proyecto de cooperación internacional entre instituciones españolas y mexicanas para concienciar a la población Maya hablante de la península del Yucatán sobre la necesidad de que los escolares denuncien el problema cuando lo están sufriendo o bien ayuden a aquellos de su entorno que lo sufren. Se eligió esta población por las dificultades que encuentran para acceder a materiales en la lengua con la que se sienten más identificados, que es la lengua maya. Se tomó la decisión de crear este tipo de materiales cuando los responsables del proyecto supieron, en conversaciones mantenidas con antropólogos mexicanos, que no existían aún productos de animación en lengua maya, si bien existen, aunque limitados, algunos otros recursos audiovisuales en esta lengua como programas de televisión y radio. Para transmitir a esta población el mensaje de lucha contra el acoso escolar se elaboró un póster con el que se buscaba animar a los escolares a hablar del problema y un vídeo de animación en el que se presenta un caso de acoso escolar y su resolución. Al ser la población objetivo bilingüe en español y maya, este vídeo se elaboró en dos versiones de la pista sonora, cada una en una de estas lenguas. También se realizaron subtítulos en estos idiomas, ya que los subtítulos ayudan a potenciar la comprensión así como la asimilación de las lenguas, no solo a nivel escrito sino también oral. Estos materiales se distribuyeron en centros escolares y de salud pública del Yucatán. Con esta iniciativa se busca que las poblaciones de habla maya de esta región se sientan incluidas en los proyectos sociales de lucha contra el acoso entre escolares.

Palabras clave

Acoso escolar; educación intercultural; escuela inclusiva; lenguas minoritarias.

Abstract

Although the problem of violence and school harassment is a current topic in many countries, in Mexico it has reached the extent to which intervention from national Mexican authorities involved in this matter is necessary. For this reason, an international cooperation project among Spanish and Mexican institutions has been carried out to create awareness for the Maya-speaking population from the Yucatán peninsula on the need for students to report the problem when they experience it or even help those in their surroundings. This population was chosen due to the difficulties they have for accessing materials in the language they feel most identified with, which is the Mayan language. The decision to create this kind of material was taken when the people in charge of the project found out, in conversations held with Mexican anthropologists, that there were no forms for encouraging the Mayan language, even though there were, in a limited sense, other audiovisual resources in this language such

as television and radio programs. To communicate the message to this population on the struggle against school harassment, a poster was created that sought out to encourage students to speak out about the problem as well as a video that showed a case of school harassment and how they resolved it. As the target population is comprised of school-age children bilingual in Spanish and Mayan, there were two audio versions to this video: one in each of these languages. Subtitles were also added in both languages as subtitles help strengthen comprehension and assimilate the languages, not just in writing but orally as well. These materials were distributed in school and public health institutions from Yucatán. The purpose of this initiative is to make the Maya-speaking population of this region feel included in social projects in the fight against school harassment.

Keywords

Bullying; intercultural education; inclusive school; minority languages.

Biografía

María Isabel Bolívar Pérez es Licenciada en Traducción e Interpretación y máster en Traducción e Interpretación (perfil investigador) por la Universidad de Granada, actualmente ejerce como traductora audiovisual y científica y está realizando su tesis doctoral en el Departamento de Traducción e Interpretación de esta Universidad. Sus intereses de investigación son principalmente Traducción Científica (en especial la Traducción Médica), Traducción Audiovisual y Terminología. Ha participado en el proyecto de investigación VariMed (FFI2011-23120), así como también en otros proyectos en colaboración con el departamento en que realiza su tesis doctoral, entre ellos los proyectos de cooperación internacional “Procuración de justicia y acceso a la salud por parte de la población indígena en México: mediación interlingüística e intercultural” (2009-2012) y “Materiales informativos en lengua maya para una sana convivencia infantil” (2013-2014). Correo electrónico: mibolivar@ugr.es.

Ismael Ramos Ruiz es Investigador contratado predoctoral FPU en el Departamento de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada. Trabaja en Lingüística cognitiva, Lingüística de corpus, Terminología (variación), y Traducción científica, económica y audiovisual. Ha sido miembro del Proyecto de investigación VariMed (FFI2011-23120) y de diversos Proyectos de Innovación Docente y de adaptación de las Enseñanzas al EEES. Ha participado igualmente en un proyecto de Cooperación al Desarrollo denominado: “Materiales informativos en lengua maya para una sana convivencia infantil” (2013-2014) financiado por el Centro de Iniciativas de Cooperación al Desarrollo (CICODE) de la Universidad de Granada. Correo electrónico: iramos@ugr.es.

Els jocs de la pizza. Una proposta intercultural des de la didàctica de les Ciències Socials

Pizza Games. An intercultural proposal from Social Sciences Teaching

Enric Ramiro Roca, Universitat Jaume I de Castelló

Sergi Selma Castell, Universitat Jaume I de Castelló

Sara Prades Plaza, Universitat Jaume I de Castelló

Resumen

La comunicació que presentamos es producto de dos años de trabajo en un proyecto realizado para la Oficina de Cooperación al Desarrollo y la Solidaridad de la Universitat Jaume I de Castelló. La propuesta se enmarca en la Educación Intercultural Inclusiva y tiene como objetivo aportar herramientas didácticas para mejorar el conocimiento y la convivencia, posibilitando una imagen del mundo más enriquecida por las aportaciones de todos. A través de recursos divertidos, queremos poner en evidencia las maravillas de un mundo diverso, las diferentes formas de pensar, los entornos naturales y las manifestaciones culturales de sus gentes.

Palabras clave

Educación intercultural; juego; recursos didácticos; diversidad; didáctica de las Ciencias Sociales.

Abstract

This paper is the result of two years of work on a project funded by the Office of Cooperation for Development and Solidarity of Universitat Jaume I, in Castelló. The proposal is framed from Inclusive Intercultural Education and aims to provide educational tools to improve understanding and coexistence, allowing an image of the world enriched by everyone's contributions. Through funny resources, we want to highlight the wonders of a diverse world, different ways of thinking, natural environments and cultural manifestations of the people.

Keywords

Intercultural Education; game; teaching resource; diversity; Social Sciences teaching.

Introducció

Durant els últims anys hem assistit a un canvi en els sistemes de poder i estructura mundial. Del tradicional enfrontament entre el bloc comunista i el capitalista, es va passar a un predomini quasi absolut del darrer. Tanmateix, les successives guerres a Palestina, Irak i Afganistan han conformat un brou d'animadversió entre els països occidentals i el món musulmà. Paral·lelament, els moviments migratoris dels països empobrits cap als països rics han comportat la instal·lació a Europa d'un considerable

contingent de persones amb altres cultures i costums. I per a arrodonir-ho, la crisi econòmica ha eixamplat les diferències socials, afavorint les tensions entre els diferents grups.

La resposta front a aquest panorama internacional és diversa però sovint s'enfoca a la repressió i la violència. Front a aquests criteris, hi ha hagut una resposta tradicional d'acollida i de diàleg per part de molts moviments socials i religiosos, i en especial en el camp de l'educació. Tanmateix, durant els últims anys s'ha notat un cansament intercultural com a conseqüència de fets puntuals violents però dramàtics, o d'actituds personals que han retroalimentat els tòpics i els estereotips, així com per la manca de recursos econòmics i no tan sols de paraules i pegats benèfics.

No obstant, entenem que hi ha altres formes per a millorar la convivència entre diferents cultures, religions i comunitats com és l'atenció a la diversitat i les polítiques interculturals. Uns camins complicats que exigeixen el continu diàleg i polítiques humanitàries on la justícia predomine sobre els interessos particulars. Uns camins que passen per la implicació de tothom i no l'atenció a uns quants. Uns camins que passen per millorar les relacions entre països empobrits i països rics.

És per això que un grup de professors del Departament d'Educació de la Universitat Jaume I de Castelló hem realitzat un conjunt de jocs didàctics que s'emmarquen en l'Educació Intercultural Inclusiva com educació per a la ciutadania, perquè és un tema que ens afecta a tothom, i no únicament al sistema educatiu. Entenem que l'aspecte lúdic és fonamental per a aconseguir canvis d'actitud i que els missatges subliminals són més eficients que els tradicionals missatges directes. Per tant, el nostre objectiu principal és aportar unes eines didàctiques per a millorar el coneixement i la convivència entre els diferents col·lectius de persones que hi vivim, i possibilitar una imatge del món més enriquida per les aportacions de totes i tots.

La nostra proposta té el format d'una maleta en forma de pizza familiar amb cinc jocs al seu interior que pretenen apropar-nos a la realitat intercultural del planeta on vivim. Els temes seleccionats han estat els instruments musicals, les festes i tradicions, les diverses creences, els paisatges i els personatges històrics. Tots ells tenen com a base la matemàtica amb aspecte màgic i diferents formats: daus gegants, pòsters, panells de cartró i fotografies de gran format. A través d'aquests recursos divertits, volem posar en evidència les meravelles d'un món divers i els seus entorns, així com les variades formes de pensar i manifestacions culturals dels seus habitants.

Des d'un punt de vista curricular es treballen els valors universals, les ciències socials, la matemàtica, les llengües, l'educació musical i l'educació física a través de la psicomotricitat i la direccionalitat. Cal destacar elements cabdals per a l'educació com el conreu de la sorpresa, la il·lusió i la humanitat que irradien les activitats recreatives a partir de la creativitat que les impregna. Esperem que totes les competències juntes possibiliten una millor convivència que hauria de ser l'objectiu de tothom.

1. La importància del joc

Parlar del joc és parlar de l'evolució de la mateixa persona (Ramiro, Ramiro, Armengol, 2014). Segons alguns especialistes, el joc ja degué estar present en les etapes inicials del procés evolutiu humà, tot i que probablement sense recórrer als objectes. No debades, els mamífers socials practiquen el joc a la infància com una forma d'aprenentatge. El seu ús resulta fonamental per adquirir destresa, establir vincles personals o aprendre comportaments adaptatius. En aquest panorama evolutiu, el joc aparegué com una activitat d'estadi superior a la simple subsistència i constituïa un element central de la vida de la gent ara fa 4.000 anys amb diferents formes de daus i peces de joc i inclús espais específics dedicats a aquesta activitat (Rogersdotter, 2011).

El joc es tracta d'un acte agradable, amb grans dosis de plasticitat i llibertat, un acte d'expressió i expansió de la personalitat humana, i per tant, un exercici important a qualsevol edat. Comença ben prompte en l'evolució de la persona i va adaptant-se a la personalitat de cadascun i s'estructura amb diferents finalitats durant l'etapa evolutiva. Però la paraula "joc" abraça moltes i distintes accepcions de difícil delimitació, amb una evolució paral·lela al desenvolupament social amb alguns punts comuns com és el seu caire agradable. Així, hem passat del joc espontani i sense regles a altres que tenien unes normes, altres amb eines quotidianes i alguns que precisaven d'instruments específics i últimament a jocs de caire tecnològic, via internet, en format bossa, caixa, pastilla i àdhuc virtual, per no comentar els jocs mentals i imaginatius que passen per la nostra ment quan estem a soles o quan no ens interessa allò que ens diuen. En definitiva, multitud de formes, nivells, duració, etc. que tenen en comú la diversió.

En aquesta comunicació us proposem alguns exercicis *matemàtics* que tenen un resultat sorprenent, fàcils de construir i de realitzar, i amb un pressupost de crisi. Tots tenen marcats els seus objectius, els materials que fan falta (generalment s'ofereixen en aquest mateix escrit), el procediment detallat, el resultat esperat i una explicació del seu procés.

2. Una proposta lúdica per a trencar tòpics

Per un costat hem vist la importància del joc com a element fonamental en l'educació i el desenvolupament de la persona, i per un altre hem reflexionat sobre la presència i actualitat dels tòpics i estereotips en la nostra societat. De la interacció d'aquests dos elements, i de la voluntat de buscar una solució a aquesta situació, naix el projecte que presentem en aquesta comunicació.

Sovint intentem lluitar contra els tòpics a partir de l'explicació i la racionalitat, oblidant que la persona no es guia tan sols per la seua vessant estrictament cognitiva com tenim ocasió de comprovar dia a dia. En moltes ocasions hi ha un currículum ocult i subliminal que trenca qualsevol lògica, de forma que desconexem les connexions que es creen entre les distintes neurones. Com afirmen els professors Macknik i Martínez-Conde (2012) és el nostre cervell qui construeix la realitat a partir de records i experiències prèvies, però quan “aquestes prediccions no es compleixen, el cervell necessita més temps [...] i és que els nostres ulls tan sols ens diuen una part del que som capaços de ‘veure’; de la resta s’encarrega el nostre cervell a través d’un vertader laberint d’estadis” (21-24). Per això és tan important crear ambients agradables i lúdics, on subministrar imatges que creen nexes positius.

Amb aquest objectiu hem dissenyat cinc jocs que tenen com a finalitats principals ampliar la visió del món, fent-la més rica i variada, i crear lligams de simpatia cap a la diversitat de cultures. Tots ells tenen una base matemàtica i una aparença màgica que en principi només és coneguda per la persona que l’ensenya; uns són per a mostrar-los d’una persona a una altra i altres per a fer-ho en grup. En cap cas requereixen coneixements avançats, sinó únicament seguir les instruccions que es detallen en cadascun d’ells. Tots els jocs tenen les instruccions en tres idiomes: català, castellà i anglès; el material emprat i una imatge fotogràfica del resultat, una explicació per a la seua possible confecció i l’explicació matemàtica. Són els següents:

1. *Personatges de la península. Personatges de la resta del món.* Està centrat en els personatges històrics que s’estudien principalment durant l’etapa obligatòria i el batxillerat, amb algunes incorporacions pròpies del País Valencià i de Portugal, en el cas de la Península, i del món oriental i islàmic en el joc de la resta del món.
2. *Joc de les creences.* Entenem l’espiritualitat com una de les intel·ligències múltiples importants. Es per això que hem creat un joc amb els principals pensaments:

agnosticisme, ateisme, Ra, judaisme, sikhs, sintoisme, budisme, hinduisme, cristianisme, politeisme i islamisme.

3. *T'animes a celebrar-ho?* Recull un total de nou festes repartides per tot el món: Japó, Xina, Mèxic, Mali, Índia, Brasil, Illa de Pasqua (Xile), Egipte i Zàmbia.
4. *Quin paisatge apadrines?* Ens dóna una visió dels diferents paisatges de la terra a través de vint-i-cinc imatges distribuïdes entre muntanyes, planures, paisatges costaners i urbans dels cinc continents.
5. *Quin instrument prefereixes?* Mostra un total de dotze instruments de tot el planeta, amb una distribució tant geogràfica com cronològica.

3. Uns exemples pràctics

3.1 El joc “Quin paisatge apadrines?”

Aquest joc incideix de forma directa sobre les competències i els continguts curriculars de les Ciències Socials, i de forma concreta sobre aquelles referides a la geografia i al coneixement de la diversitat de paisatges que conformen el patrimoni paisatgístic mundial. És per això que es planteja una agrupació d'imatges segons es corresponguen amb paisatges de muntanya, de plana, de costa o urbans, però al mateix temps es fa una aposta clara per estendre aquesta diferenciació i classificació a escala mundial, incorporant imatges de llocs i espais dels cinc continents.

Al marge del joc, que representa l'excusa per a introduir-nos en un marc d'aprenentatge de coneixements concret, la tipologia de paisatges que es mostra permet treballar la identificació i el reconeixement d'espais pròxims en l'entorn de l'alumnat. Aquesta activitat prèvia afavoreix posteriorment una comparativa amb paisatges de característiques semblants en altres llocs llunyans del globus i acostar així el joc de similituds i diferències entre els uns i els altres (Selma, 2014).

La selecció d'imatges permet mantenir una proporció i distribució homogènia dels continents, així com accentuar algunes diferències substancials. D'aquesta manera, en el bloc dels paisatges de muntanya podem trobar una imatge d'Àfrica, d'Europa i d'Oceania, i dos d'Amèrica i d'Àsia; en els paisatges de costa hi ha una de cada continent, excepte d'Europa que en té tres; en l'apartat dels paisatges de plana es disposa d'una imatge per a cada continent; i en els espais urbans també hi ha una per continent, excepte d'Àsia i d'Europa que compten amb dues cadascun. Cal recordar que el nombre total d'imatges ve imposat per la dinàmica del propi joc, que té una base matemàtica.

3.1.1 Activitats

El quadern d'informació que va adjunt al joc permet treballar de forma individualitzada cada un dels blocs temàtics per part de l'alumnat. De fet, es proporciona una informació bàsica sobre cada un dels tipus de paisatges: de muntanya, de plana, de costa i urbans. Allí s'apunten les formes del relleu, la seua evolució, les característiques essencials, els paisatges que es creen i els usos dominants en aquestos espais, així com el grau d'ocupació humana i els canvis que aquesta última pot generar en l'entorn.

A més, després de la introducció, cada imatge posterior s'acompanya d'una breu síntesi que permet ubicar l'emplaçament i la imatge en el seu context general, alhora que destaca la singularitat del lloc triat i aporta algunes dades específiques i curiositats que sempre capten l'atenció o l'interès del públic receptor.

Així doncs, podem treballar les imatges de cada bloc en conjunt per a aconseguir una visió global del tema, o bé podem endinsar-nos també en la pràctica de detectar les similituds i les diferències, tot justificant el perquè de formes semblants en ubicacions tan dispars i inconnexes inicialment. La formació del relleu, la creació dels paisatges i també els usos a què els éssers humans els han destinat són informació i coneixements que es poden adquirir de forma entretinguda, creativa i participativa.

D'altra banda, també es pot treballar des d'una perspectiva global, interactuant amb tots els blocs temàtics per a obtenir una visió més complexa dels paisatges en el món. I una altra forma d'utilitzar els materials consisteix a triar les imatges de cada bloc que corresponen a un mateix continent o espai geogràfic, treballant així de forma integrada els diferents paisatges d'un mateix entorn i analitzant les interrelacions que es generen entre ells. És a dir, com els paisatges condicionen els seus recursos i els seus possibles usos, i al mateix temps com acaba interactuant amb ells l'ésser humà.

3.1.2 Continguts

La relació d'imatges intenta acostar-nos a tots els continents de forma breu, però alhora, el més impactant possible, posant èmfasi en aquest patrimoni tan divers que conformen els paisatges a escala mundial.

En els paisatges de muntanya ens desplaçem des de la singularitat del Mont Kènia (Kènia, Àfrica) amb els seus cims nevats en plena zona equatorial, als blocs monolítics dels Andes (Argentina, Amèrica); i del cor de l'Himàlaia (Nepal, Àsia) als paisatges abruptes i frondosos del centre dels Alps (Àustria, Europa), per a comparar-ho

amb el seu homònim de l'altre hemisferi, els Alps del Sud (Nova Zelanda, Oceania), amb les seues espectaculars formes i relleus.

Els paisatges de planes permeten recórrer la sabana africana, sense gaire relleu ni vegetació; o els altiplans de Mongòlia i l'Ayers Rock australià, igualment desèrtics; per a acabar en grans zones agrícoles de la pampa argentina o les planes centrals europees.

El recorregut pels paisatges de costa ens permet contrastar les platges de lava de Sakurajima (Japó), en plena zona volcànica, amb les platges tropicals d'Anaura Bay (Nova Zelanda); o els efectes de les mareas en els manglars de Florida (EUA) i les platges de Maldon (Regne Unit); i fins i tot comparar els amplis i abruptes fiords nòrdics (Noruega) amb algunes platges i cales de la costa mediterrània (País Valencià).

Finalment, els paisatges urbans ens descobreixen realitats, formes d'ocupació de l'espai, urbanismes i arquitectures ben diferents. De la relativa tranquil·litat nòrdica i fragmentada ciutat d'Estocolm (Suècia) a l'extensa i històrica ciutat de Melbourne (Austràlia), o la no menys significativa Ciutat del Cab (Sud-àfrica) amb la seua història més recent; per a caure en un enrenou ple de vida i història a Istanbul (Turquia), o desplaçar-se a la paradoxa urbanística que és Ríó de Janeiro (Brasil); i acabar en les metròpolis asiàtiques de gran desenvolupament tecnològic com Hong Kong (Xina) i Kuala Lumpur (Malàisia).

3.2 El joc “T’animes a celebrar-ho?”

Aquest altre joc ens mostra algunes de les principals festes o tradicions que es celebren en diferents cultures dels distints continents. El seu objectiu es centra a treballar aquells continguts curriculars de caràcter transversal que estan vinculats al treball de la diversitat i la interculturalitat, fomentant el coneixement de l'altre i promovent actuacions de cooperació, desenvolupament i solidaritat entre pobles i comunitats (Selma, 2013). Es parteix de la premissa que només el coneixement de la diversitat pot afavorir la integració i la igualtat entre les persones, sobretot en els àmbits escolars d'aprenentatge i formació.

El joc pretén ser un espai per a la formació en l'àmbit de les migracions, les relacions interètniques o el desenvolupament social a què tot poble té dret, així com una activitat que contribueïska decididament a la cultura de la pau. En conseqüència, també ací s'aposta per unes mostres variades de l'immens patrimoni cultural que representen les festes i les tradicions dels pobles que conviuen al món.

La selecció de les imatges corresponents a les festes i tradicions del joc manté una certa proporció i distribució entre els diferents continents, a excepció d'Europa que no compta amb cap representació per decisió expressa dels autors. D'aquesta manera Àfrica i Àsia compten amb tres celebracions cada continent, Amèrica mostra dos celebracions i Oceania una. En aquesta ocasió també el nombre total d'imatges el determina l'estructura del joc i el seu funcionament.

3.2.1 Activitats

El quadern de treball que va adjunt al joc permet treballar de forma diferenciada segons els objectius docents. Així es pot avançar en el coneixement i l'aprenentatge del conjunt de celebracions de forma individual, treballant-les una a una en l'aula. Es pot afrontar també la tasca per continents o be fer-ho de forma global.

Altres aspectes a treballar són la transcendència social que comporta cada una d'aquestes celebracions; la implicació de les persones de forma individual, familiar o col·lectiva en la seua realització; la vinculació que aquestes mantenen amb l'entorn o medi natural en què s'inscriuen i el de la seua cultura; les seues formes i maneres de transmissió generacional; o el valor patrimonial que atresoren des del punt de vista cultural. De fet, algunes d'elles ja s'han incorporat i formen part de la llista del Patrimoni Cultural Immaterial de la UNESCO.

3.2.2 Continguts

La relació d'imatges que acompanya el joc i el quadern busca aproximar-nos de la forma més lúdica i alegre a cada festa i tradició.

A Amèrica ens acostem a dues celebracions ben diferents en cada un dels hemisferis, encara que ambdues hagen patit després algun tipus de readaptació sota la influència de la religió. El *Día de Muertos* (Mèxic) és una de les representacions més rellevants del patrimoni viu mexicà i una de les expressions més antigues i d'arrelament entre les comunitats indígenes. La seua celebració actual està plena de colorit i té el seu impacte gastronòmic particular en uns dolços peculiars. D'altra banda, el Carnaval (Brasil) és una d'aqueixes celebracions amb multitud de variants a partir d'un mateix origen. La seua transcendència i organització social resulta hui inqüestionable.

A Àfrica es localitzen tres celebracions clarament vinculades amb la naturalesa i l'obtenció d'aliments, ja siga per mitjà de l'agricultura o la pesca. El *N'cwala* (Zàmbia) permet a la tribu Ngoni agrair a la naturalesa, i a la zona que els va acollir després d'una

gran migració col·lectiva, els productes que aquesta els ofereix. La festa dona inici a la temporada de les collites. El *Sanké mon* (Mali) és un ritual de pesca col·lectiva que assenyalava l'inici de l'estació de pluges. Es tracta d'una celebració on es transmeten coneixements sobre les arts de pesca i sobre els recursos hídrics d'aquesta zona del curs alt del riu Níger. En tots dos casos la celebració té una component bàsica i primordial en la dansa, amb els seus vestits i adorns. I el *Sham en-Nisim* (Egipte) és una celebració que es remunta a temps faraònics per a celebrar el començament de la primavera i afavorir la fertilitat de les terres, i està lligada al calendari lunar.

A Àsia trobem la Festa d'Any Nou (Xina), també coneguda com a Festa de la Primavera, que és una de les més importants del seu calendari i genera grans desplaçaments de gent que acudeix als seus llocs d'origen per a celebrar-ho amb els seus familiars. La festa té una gran part de ritual i danses per a afavorir l'abundància i espantar els mals esperits. El *Mibu no Hana Taue* (Japó) és també un ritual de caràcter agrícola, la finalitat del qual és honrar la deïtat de l'arròs perquè les collites siguin abundants. La celebració serveix per a escenificar i exemplificar les tasques bàsiques del cicle de l'arròs, a mode de transmissió de coneixements i sabers. Tot el ritual s'acompanya d'un gran preparatiu i profusió d'ornaments, cants i música. I el *Holi* (Índia), o festival dels colors, també és una festivitat primaveral en què la gent es vesteix amb roba de color blanc per a tenyir-se després entre la multitud.

I finalment, d'Oceania es presenta el *Tapati Rapa Nui* (Xile) celebrat en l'illa de Pasqua que té el seu origen en els pobladors originaris de la Polinèsia. Es tracta d'una competició amb activitats i esports tradicionals en què s'implica tota la població.

Conclusions

Durant la realització dels jocs hem estat experimentant en diversos centres la seua utilitat i fent els canvis oportuns amb uns materials rudimentaris. Però la investigació didàctica principal ha esdevingut des del seu acabament. La qualitat de les fotografies en color i el disseny acurat han estat uns elements fonamentals per a aconseguir l'atracció de menuts i grans. De fet, l'hem presentat en fòrums diversos: primària, secundària i universitat, així com a mestres, professors i públic en general. En tots els llocs –en l'avaluació que hem aplicat– han destacat principalment la seua originalitat i la facilitat per a la seua posada en escena.

Agraïments

Aquest treball, però, no hagués estat possible sense la col·laboració d'un grup de companys de l'àrea de Didàctica de les Ciències Socials que formen part del grup d'Innovació educativa en Ciències Socials - DIMPA, al si del Departament d'Educació de la Universitat Jaume I de Castelló. Tots ells, junt a l'alumnat, mestres i professors que han experimentat els jocs, han contribuït a millorar la proposta inicial. A tothom, moltes gràcies.

Bibliografia

- Colectivo AMANI (2005). *Educación intercultural*. Madrid: Editorial Popular, 5^a edició.
- Essomba, M. A. (2008). *La gestión de la diversidad cultural en la escuela*. Barcelona: Graó.
- Fabra, M^a L. (1994). *Técnicas de grupo para la cooperación*. Madrid: Ediciones CEAC.
- Hacyan, S. (2004). *Física y metafísica en el espacio y el tiempo. La filosofía en el laboratorio*. México DF, México: Fondo nacional de cultura económica.
- Macknik, S. L. i Martínez-Conde, S. (2012). *Los engaños de la mente*. Barcelona: Destino.
- Quin, R. i McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Ramiro Roca, E. (2004). *Tòpics i adolescència: una visió valenciana sobre les diferents autonomies*. Castelló: Servei de Publicacions de l'UJI.
- Ramiro Roca, E. (2005). La interculturalitat de les Ciències Socials. En Sales, A. (ed.). *La diversitat cultural a l'escola*. Castelló: Servei de Publicacions de l'UJI.
- Ramiro Roca, E., Ramiro Gandia, G. i Armengol Machí, S. (2014). Mozart i el parxís. En DD.AA. *Actes de la XV Assemblea d'Història de la Ribera*. Benimodo: Ajuntament de Benimodo.
- Rogersdotter, E. (2011). *The Curious Other: retravelling Rydh's "Indian Desert Village"*. En P. Cornell, T. Hjørungdal, E. Myrdaland E. Nordbladh (eds.), *Proceedings of the Workshop "Bridging the Gap: Workshop on archaeology, thenationalandtheinternational"*. Gothenburg: University of Gothenburg.
- Selma, S. (2013). Migracions mil·lenàries i llegat patrimonial: un recurs educatiu i intercultural per fomentar la cooperació. En *III Congrés Internacional de Cooperació al Desenvolupament (Migracions africanes i desenvolupament: navegant fronteres invisibles)*. Castelló: Universitat Jaume I, s/p.
- Selma, S. (2014). Paisajes históricos para una educación intercultural en Ciencias Sociales. En Martínez, J. C. (Coord.). *X Congreso Internacional sobre Educación, Cultura y Desarrollo*. Màlaga: Universidad de Málaga, 1-9.

Biografia

Enric Ramiro Roca, Àrea de Didàctica de les Ciències Socials, Departament d'Educació, Universitat Jaume I de Castelló. Correu electrònic: ramiro@uji.es.

Sergi Selma Castell, Àrea de Didàctica de les Ciències Socials, Departament d'Educació, Universitat Jaume I de Castelló. Correu electrònic: sselma@uji.es.

Sara Prades Plaza, Àrea de Didàctica de les Ciències Socials, Departament d'Educació, Universitat Jaume I de Castelló. Correu electrònic: sprades@uji.es.

Visibilizando la sexualidad en las aulas como reto para educar en la diversidad

Visualizing sexuality in the classroom as a challenge for educating in diversity

Andrea Francisco Amat, Universitat Jaume I
Lidón Moliner Miravet, Universitat Jaume I

Resumen

En la sociedad patriarcal y heteronormativa en la que vivimos, en muchas ocasiones, la diversidad sexual está invisibilizada cuando hablamos de la inclusión de todas las personas. La presente comunicación busca reflexionar sobre la importancia de trabajar la diversidad afectivo-sexual dentro de la perspectiva de la Educación Inclusiva y dar respuesta a la LGTB + fobia que se encuentra en algunas aulas educativas. Para finalizar, expondremos el proyecto “Reapropiándonos de nuestras vidas”, que trata de sensibilizar a jóvenes a partir de relatos de vida de mujeres lesbianas y bisexuales.

Palabras clave

Diversidad sexual; educación secundaria; educación inclusiva; LGTB; historias de vida.

Abstract

In the patriarchal and heteronormative society we live in, many times, sexual diversity is invisibilized when it comes to including all the people. This communication reflects on the importance of working affective-sexual diversity within the perspective of inclusive education and responding to the LGBT + phobia that takes place in some educational classrooms. Finally, we will present the project “Reapropiándonos de nuestras vidas” (Re-appropriating of our lives), which tries to raise awareness between young people from life stories of lesbian and bisexual women.

Keywords

Sexual diversity; secondary education; inclusive education; LGTB; life stories.

1. La inclusión de la diversidad como eje central de la acción educativa

La Educación Inclusiva es un concepto que tiene muchos significados y facetas, contienen algo de su esencia pero ninguna agota el significado pleno de la misma, todas estas conceptualizaciones tienen que ver en el fondo con el proceso de tratar de llevar determinados valores y principios éticos a la práctica en la vida de las aulas y de los centros escolares (Echeita, 2007). El denominador común por tanto, es su compromiso por la creación de una sociedad cada vez más justa y el deseo de crear un sistema educativo que sea equitativo. Siempre con la convicción de que la respuesta de las escuelas frente a la diversidad del estudiantado, y de la comunidad educativa en general, constituye un medio de hacer realidad estos compromisos.

La Educación Inclusiva es una cuestión de derechos humanos, el que todos los niños puedan ser educados es un derecho inalienable que deben poseer todos los seres

humanos. Además, tiene como premisa básica acoger de forma positiva la diversidad, la cual es considerada como un valor humano y como un enriquecimiento de la especie humana. Dadas estas circunstancias debe valorarse cómo tal y se debe partir de ella para poder trabajar y dar respuesta a todo el alumnado. En este sentido, promueve comunidades y sociedades más justas, igualitarias, democráticas, humanitarias al considerarse como una filosofía que implica no sólo a las escuelas, sino que enmarca e involucra a las sociedades y políticas de un estado. Es necesario aprender a convivir adecuadamente en contextos y entornos heterogéneos, puesto que la realidad de las escuelas es diversa. Se ha de valorar la diversidad como elemento dinamizador y enriquecedor en la interacción entre personas y grupos humanos.

Así pues, la diversidad se define como una característica inherente a la naturaleza humana y como una posibilidad para la mejora y el enriquecimiento de las condiciones y relaciones sociales y culturales entre las personas y entre los grupos sociales (Jiménez y Vila, 1999). La diversidad abarca una gran cantidad de aspectos, entre ellos, aquellos que hacen referencia al género, edad, etnia, sexualidad, lenguas, religiones, orígenes económicos, ideología, motivaciones, capacidades, ritmos diferentes, idioma...etc., (Alegre de la Rosa, 2000). En este artículo nos vamos a centrar en la diversidad sexual. Existen tres dimensiones básicas dentro de la diversidad sexual: la orientación sexual, la identidad sexual y la expresión sexual. El profesorado ha de huir de los discursos hegemónico que construye realidades sobre la sexualidad a partir de un modelo fabricado como el “único posible”, y dar cabida a las representaciones de todo el alumnado.

Por tanto, educar para la Diversidad es una opción ética y pedagógica que implica: en primer lugar, asumir la diversidad considerando a cada uno por lo que es, con sus peculiaridades y su manera de ser y vivir; en segundo lugar aceptar la diversidad como un valor, siempre desde unos mínimos compartidos, y en tercer lugar, poner en marcha un dispositivo pedagógico capaz de responder a situaciones heterogéneas y promocionar el intercambio de perspectivas como medio de enriquecimiento mutuo (Moliner, 2007). Se trata de ejercer los principios de igualdad y de equidad a los que todo ser humano tiene derecho, lo que conlleva desarrollar unas estrategias de enseñanza-aprendizaje que personalicen la enseñanza en un marco y dinámica de trabajo para todos. Educar para la diversidad expresa el matiz de educar para una convivencia democrática donde la solidaridad, la tolerancia y la cooperación estén presentes y caractericen las relaciones entre los alumnos dentro y fuera del aula; se trataría de ser ciudadanos capaces de

valorar y vivir con el que es diferente por razones personales, sociales o religiosas (Arnaiz, 2004).

2. La importancia de reconocer la diversidad sexual

Si una vida no tiene elementos para sostenerse, si social y políticamente dicha vida ha sido arrojada al aislamiento, podemos señalar que su vulnerabilidad no ha sido reconocida, que dicha vida no es entendida como vida habitable (Castro, 2014). Vemos cómo la vida de algunos se cuida más que las de otros, como la vulnerabilidad originaria se puede traducir en el desamparo, la pobreza y discriminación o en la protección, cooperación y sustento de otras vidas (Butler, 2009a: 58). La viabilidad de la vida está determinada e impuesta por diversas normas que nos indican qué vidas deben ser reconocidas, qué vidas pueden habitar su cuerpo y qué muertes pueden ser lloradas (Butler, 2009b). Para las personas que no responden al criterio heteronormativo, habitar su cuerpo se convierte en algo peligroso; aquellos cuerpos que no corresponden con la norma que se establece en el espacio social y político, corren el riesgo de no tener ninguna significación.

El artículo 27 de la Constitución Española destaca: “La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana en el respeto a los principios democráticos de convivencia y a los derechos y libertades fundamentales”. En este sentido, una de las funciones de la educación, en todos sus niveles, es promover la equidad y la justicia social, proporcionando herramientas críticas para acabar con la discriminación de raza, género, sexo u orientación sexual.

El sistema educativo ha asumido como uno de sus objetivos conseguir que todo el mundo pueda disfrutar de los mismos derechos y libertades, que cómo hemos visto en el apartado anterior es uno de los principios básicos de la educación inclusiva. Estas finalidades educativas se tornan fundamentales en un contexto donde todavía sigue existiendo la discriminación y marginación de las personas con motivo de su orientación sexual. Como apuntan Mujika y Villar (2009), habría que centrar el trabajo pedagógico en el cuestionamiento y la eliminación de lo que consideramos el prejuicio más persistente y sutil de todos: la presunción universal de la heterosexualidad.

Como consta en la declaración de los derechos sexuales (1997), la sexualidad es una parte integral de la personalidad de todo ser humano. Su desarrollo pleno depende de la satisfacción de necesidades humanas básicas como el deseo de contacto, intimidad, expresión emocional, placer, ternura y amor. Y este desarrollo pleno es esencial para el

bienestar individual, interpersonal y social. Los derechos sexuales son derechos humanos universales basados en la libertad, dignidad e igualdad inherentes a todos los seres humanos. Dado que la salud es un derecho humano fundamental, la salud sexual debe ser un derecho humano básico. Esta línea de educación afectivo-sexual, que tiene en cuenta la diversidad, está en consonancia con los derechos humanos básicos.

Pero todavía queda mucho por hacer. Seguimos encontrando casos de bullying en las aulas, de invisibilidad, de falta de formación de los docentes y las familias o de escasez de materiales, entre otros.

3. Cuando la homofobia entra las aulas y en las vidas de los jóvenes

La homofobia es el odio que se desentiende de la razón, que para afirmarse no requiere de afirmaciones teóricas. La homofobia es el odio irracional a los disidentes sexuales, a los que se alejan de la orden heterosexual, a quienes eligen ser o se descubren diferentes (Bonfil, 2001). La homofobia, por tanto, son los sentimientos, actitudes, conductas de condena y rechazo hacia las personas homosexuales (gays y lesbianas). Cuando este rechazo es puntual hacia lesbianas es preferible usar el término lesbofobia, y cuando es hacia personas trans, transfobia (Pérez-Luna, 2010).

Una de las esferas donde la homofobia se expresa y reproduce con más fuerza es en el ámbito educativo, y se puede denominar *bullying* homofóbico. Este es uno de los principales agentes de socialización en nuestra cultura y donde se enseña desde la infancia que la homosexualidad o el cuestionamiento de los roles de género son caminos incorrectos. La violencia homófoba en el contexto escolar presenta una serie de especificidades frente a otros tipos de acoso escolar que la hace más dañina y difícil de combatir: está invisibilizada y normalizada; lleva a situaciones de exclusión en forma de pérdida de amistades y apoyos ante el miedo al contagio del estigma y existe en la mayoría de los casos no sólo una falta de apoyo en la escuela sino que en el propio entorno doméstico será cercenado cualquier atisbo de homosexualidad con todos los recursos que las familias tengan a su alcance (Generelo y Pichardo, 2005).

Los estudios y estadísticas recientes muestran que, a día de hoy, uno de los motivos que más da pie a ser víctima de acoso escolar o bullying es la homosexualidad. A los hombres y a las mujeres se le atribuyen unas características que configuran a su vez, roles sociales inflexibles, de manera que la sociedad puede llegar a condenar, bajo la forma de insultos, agresiones físicas o sexuales, o aislamiento a aquellas personas que

sus comportamientos o actitudes excedan lo que se ha esperado históricamente de un hombre o de una mujer (Platero y Gómez, 2007).

El trabajo de Penna y Sánchez (2015) nos muestra algunos de las investigaciones que evidencian un alto grado de homofobia en el estudiantado de Secundaria. Por ejemplo, en el estudio de Pichardo y otros (2009) se describe como el 83% del estudiantado encuestado había presenciado insultos o burlas por cuestiones de orientación sexual, solo un 14% apoyaría a una persona que sufriese acoso por homofobia, casi un 40% se intentarían cambiar de sitio, un 37% habían presenciado palizas por homofobia, el 90% pensaban que las personas homosexuales sufrían peor trato que los demás. También encontramos la investigación realizada en 2011 por el INJUVE donde se aportan datos tales como que el 80% de los adolescentes han presenciado que se hable mal de alguien por pensar que es homosexual, casi un 40% presenciaron amenazas y el 44% de los chicos y el 24% de las chicas homosexuales habían sufrido acoso.

La vivencia de cualquiera de estos tipos y formas específicas de homofobia por parte de los y las adolescentes tiene importantes consecuencias a nivel psicológico y social: baja autoestima, autoexclusión, problemas familiares, síntomas psicósomáticos o físicos, insatisfacción, ansiedad y depresión, llegando en casos extremos al suicidio (Gómez, 2005). En el ámbito educativo hay que recalcar que todas estas experiencias de acoso y exclusión derivan en mayores tasas de fracaso y abandono escolar entre los y las adolescentes LGBT, lo que conlleva un impacto negativo en la capacidad de estos adolescentes para adaptarse adecuadamente en el paso de la escuela al mundo laboral y para llegar a ser adultos con confianza en sí mismos (Takács, 2006).

A escala nacional, es variable la amplitud con que el problema de bullying homofóbico puede abordarse en la formación docente y en el plan de estudios. Sin embargo, incluso en contextos donde esto parezca una tarea ardua, pueden tomarse algunas acciones. Si es factible, se pueden identificar posibles intervenciones, proporcionando directrices a las autoridades escolares locales y escuelas (UNESCO, 2012).

4. Reapropiándonos: una propuesta para trabajar la diversidad sexual a través de relatos de vida

Después de todo lo expuesto en la comunicación, consideramos que hay que pasar a realizar acciones e intervenciones educativas que puedan sensibilizar en el área de

diversidad afectivo-sexual. Para ello, nosotras hemos trabajado dentro del proyecto *Reapropiándonos de nuestras vidas*. En él, un grupo de mujeres lesbianas, bisexuales y pansexuales elaboramos colaborativamente relatos de nuestras vidas con el objetivo de visibilizar experiencias fuera de los discursos producidos por el sistema patriarcal y heteronormativo. En el proceso construimos un espacio de seguridad, confianza e intimidad que nos ha permitido repensar nuestra vida junto con otras, además de generar un material didáctico para trabajar la diversidad sexual a partir de mostrar modelos, prácticas y deseos alternativos a la heterosexualidad. El proyecto, pues, tiene dos vertientes que buscan empoderar y visibilizar a las mujeres lesbianas y bisexuales, además de sensibilizar a la población joven sobre esta temática (Francisco y Poch, 2014).

Tradicionalmente el colectivo LGTBIQ+ ha sido uno de los grupos silenciado en el campo de la investigación social, siendo el proyecto *“Reapropiándonos de nuestras vidas”* una de las iniciativas que pretende dar voz a estas personas. De la misma forma que en otros proyectos en los que nos hemos involucrado (Aguirre et al., 2012), no pretendemos convertirnos en portavoces de las protagonistas de los relatos, ya que no lo necesitan, pues ellas mismas tienen la capacidad de expresar y decir aquello que quieren compartir y cómo lo quieren hacer. Acogemos con fuerza nuestro proyecto como un proceso de empoderamiento, una posibilidad de cambio y visibilización. De acuerdo con Rappaport (1984), marcamos nuestra idea de empoderamiento como un proceso de transformación personal, pero también colectivo, mediante el cual las personas fortalecen sus capacidades, la confianza, la visión y el protagonismo para impulsar cambios positivos en las situaciones que viven. Ellas son las verdaderas protagonistas de sus vidas, las generadoras de cambios y las que posibilitarán la esperada transformación, asumiendo que empoderar implica un cambio de actitud: una nueva predisposición a la acción (Traver, 2009).

Asimismo, tal y como dice Blanco (2011), es posible leer una sociedad a través de una biografía. Los relatos son artefactos sociales que nos hablan tanto de una sociedad y una cultura como lo hacen de una persona o un grupo. La idoneidad de utilizar el método biográfico-narrativo reside en lo que Booth (1998) denomina *“la tesis de la voz excluida”*. Según este autor, los métodos narrativos facilitan el acceso a los puntos de vista y experiencias de los grupos oprimidos que carecen del poder de hacer oír sus voces a través de los sistemas tradicionales del discurso académico. Una segunda razón para ello es la crítica a la erudición tradicional por haber subordinado la realidad de la

vida de las personas a la búsqueda de la generalización, mediante la cual se pierde precisamente el detalle que distingue las experiencias personales.

Consideramos que las narraciones y relatos de vida son recursos muy interesantes a la hora de realizar proyectos de prevención y sensibilización dada su alta capacidad para promover la empatía y la conciencia crítica y social.

Bibliografía

- Aguirre, A. et al. (2012, junio): «Relatos de Vida. Una forma de aprendizaje y empoderamiento personal», *II Congreso Internacional de Aprendizaje a lo largo de la vida*. Universitat Jaume I: Castelló.
- Alegre de la Rosa, O.M. (2000). Diversidad humana y educación. Málaga: Aljibe.
- Arnaiz, P. (2004). La educación inclusiva: dilemas y desafíos. Educación, desarrollo y diversidad, 7(2), 25-40.
- Blanco, M. (2011): Investigación Narrativa: Una forma de generación de conocimiento. *Argumentos*, 24(67), 135-156.
- Bonfil, C. (2001). La disidencia sexual y los misioneros del odio. En J. Bracamonte (ed.). *De amores y de luchas. Diversidad sexual, derechos humanos y ciudadanía*. Lima: Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.
- Booth, T. (1998): «El sonido de las voces acalladas: cuestiones acerca del uso. En L. Barton (coord.), Discapacidad y sociedad. Madrid: Morata.
- Butler, J. (2009a): *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Paidós: Buenos Aires.
- Butler, J. (2009 b): *Dar cuenta de uno mismo. Violencia ética y responsabilidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Castro, X. (2014): *La propuesta de responsabilidad moral de Judith Butler desde la Filosofía para hacer las Paces*. Tesina de Máster Universitario en Estudios Internacionales de Paz, Conflicto y Desarrollo, Universitat Jaume I, Castellón (inédito).
- Echeita, G. (2007). Conferencia inaugural impartida en el *Congreso Internacional: integración escolar e inclusión educativa*. Puebla México: Universidad popular del Estado de Puebla.
- Francisco, A. y Poch, L. (2014). Reapropiándonos de nuestras vidas. Un espacio para el empoderamiento y la visibilización de mujeres lesbianas, bisexuales y pansexuales. *Kultur*, I(2), 209-216.
- Generelo, J. y Pichardo, J.I. (coord.). (2005). *Homofobia en el sistema educativo*. Madrid: Cogam.
- Jimenez, P. y Vilà, M. (1999). *De educación especial a educación en la diversidad*. Málaga: Aljibe.
- Moliner, O. (2007). *Proyecto docente*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Moreno, O. (2004). Invisibilidad, falta de formación y escasez de materiales. En AA.VV, *Homofobia en el sistema educativo*. Madrid: COGAM. Recuperado de: <http://www.felgtb.org/rs/466/d112d6ad-54ec-438b-9358-4483f9e98868/807/filename/homofobia-en-el-sistema-educativo.pdf>
- Mujika Flores, I., y Villar Sáenz, A. (2009). La escuela ante la orientación sexual. Informe del Proyecto educativo “Diversidad sexual y nuevas familias”. Bilbao: Aldarte
- Penna, M., y Sánchez, M. (2015). Evaluación de la homofobia en los futuros docentes de educación secundaria. *Revista de Investigación Educativa*, 33(1), 83-98.

- Pérez-Luna, G. (2010). *Aprendiendo y educando con inclusión. Guía de consulta sobre sexualidad, diversidad sexual y derechos humanos para docentes de educación básica regular*. Perú: PROMSEX
- Pichardo, J.I., Molinuevo, B., Rodríguez, P., Martín, N., Romero, M. (2009). *Adolescentes ante la diversidad sexual. Homofobia en los centros educativos*. Madrid: Catarata.
- Platero, R., y Gómez, E. (2007). *Herramientas para combatir el bullying homofóbico*. Madrid: Ágora. Talasa ediciones
- Rappaport, J. (1984): «Studies in Empowerment: Introduction to the Issue». En Rappaport, J.; C. Swift y R. Hess (eds.), *Studies in Empowerment: Steps Toward Understanding and Action* (pp. 1-7). New York: The Haworth Press.
- Takács, J. (2006) *Social exclusion of young lesbian, gay, bisexual and transgender people (LGBT) in Europe*. Bruselas: ILGA Europe.
- Traver, J. A. (2009): *Una estrella dansaire*. Projecte Docent. Castellón: Departament d'Educació en l'àrea de Teoria i Història de l'Educació. Universitat Jaume I, Castelló (inédito).
- UNESCO (2012). Respuestas del sector de educación frente al Bullying homofóbico. París: ONU.
- VVAA (1997). Declaración de los derechos sexuales. *XIII Congreso Mundial de Sexología*: Valencia.

Biografía

Andrea Francisco Amat es Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona (2008), periodista y educadora social. Ha trabajado como periodista en gabinetes de comunicación institucional y como técnica de Educación para el Desarrollo dentro de la ONG Educación Sin Fronteras en Barcelona. Actualmente es profesora del Área de Teoría e Historia de la Educación en el Departamento de Educación de la Universidad Jaume I de Castellón. Forma parte del equipo del IUDESP (Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz) y del grupo de investigación Transgrede. Investigando la diversidad para una ciudadanía crítica. Entre sus líneas de investigación actuales se encuentra la educación para la diversidad sexual. Ha coordinado proyectos y publicado artículos relacionados con esa temática. Entre ellos, destacan tanto el proyecto Afrodita ha llenado mi corazón. Historias de vida de mujeres lesbianas y bisexuales (2012) como El Banquete de Safo. Una tertulia dialógica sobre los discursos mediáticos del amor con mujeres lesbianas y bisexuales. Correo electrónico: afancis@uji.es.

Lidón Moliner Miravet, Departamento de Educación, Universitat Jaume I de Castelló. Licenciada en Psicología, en Psicopedagogía y doctora por la Universitat Jaume I. Miembro del grupo de investigación TRANSGREDE y del IUDESP (Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz). Realizó su tesis doctoral sobre la tutoría entre iguales. Ha realizado y participado en trabajos de investigación sobre aprendizaje cooperativo, diversidad sexual, la escuela intercultural inclusiva y los procesos de desarrollo comunitarios. Ha coordinado proyectos y publicado artículos relacionados con esa temática, entre los que podemos destacar los publicados en revistas como Cultura y Educación, Estudios sobre Educación, Revista de Educación o International Journal of Qualitative Studies in Education. Ha realizado estancias de investigación en diferentes universidades como la Universidad Central de Santiago de Chile, la Universitat de Çukurova, la Universidad de las Artes de Cuba o la Universitat Autònoma de Barcelona. Correo electrónico: mmoliner@uji.es.

Propuesta de una teoría de los sentimientos y la inteligencia sentiente Zubiriana: la transformación de los conflictos pacíficos y la educación para la paz “para hacer las paces”

Proposition of one Theory sentimental and intelligence sentiente Zubiriana: the transformation pacific conflicts and the Peace Education “by do the peaces”

Ángel Miranda Torres, Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El artículo profundiza en la propuesta de una teoría de los sentimientos y la inteligencia sentiente Zubiriana y la relaciona con la educación para la paz tomando como marco teórico las ideas de Vicent Martínez Guzmán en relación a las capacidades para “poder hacer las paces” (2005). La propuesta se enmarca en el pensamiento del filósofo Xavier Zubiri sobre la teoría de la inteligencia en la que hemos descubierto los sustentos teórico-metodológicos con la que fue posible acceder al objeto que se quería conocer y que pretendemos correlacionar en los Estudios para la Paz, orientados a una aproximación de carácter fenomenológico y antropológico, más que epistemológica o derivada de ella. A partir de una triada de organización de conceptos y categorías de análisis entre tres dimensiones básicas configuradas en un triángulo equilátero integrado por un Primer vértice: Social= Sentimientos: Modificación tónica (afectante, belleza); Segundo vértice Histórico=Individual (verdad, suscitación, afección) y Tercer vértice Base: Inteligencia sentiente= Trilogía (Primacía, aprehensión y realidad).

Palabras clave

Inteligencia sentiente; sentimientos; educación para la paz; transformación de conflictos.

Abstract

This paper investigates the theory of Xavier Zubiri for method Trancest. His important contributions to philosophy relates with the studies for peace and he probably makes the most important reference in these studies in the categories: transformation of conflicts and education for peace for sentient sentiments and intelligence. Therefore, this knowledge and skills are fundamental in the anthropology and the phenomenology fields.

Keywords

Sentient intelligence; sentiments; education for peace; transformers of conflicts.

Introducción

La presente investigación tiene por objeto el estudio el análisis y una propuesta de carácter antropológica y fenomenológica de los primeros conceptos de la obra Zubiriana, de la inteligencia sentiente, y los sentimientos dentro de una dimensión social dentro de los estudios para la paz para ubicarlos en la realidad. Posteriormente, los entrelazaremos con la transformación de los conflictos y la educación para la paz, como parte del proyecto de investigación “para hacer las paces” del Dr. Vicent Martínez Guzmán, a manera de una breve introducción de ideas centrales que nos pudieran

ayudar de orientación metodológica del apartado: transformación de los conflictos y educación de los sentimientos (Martínez Guzmán, 2005).

Lo primero y fundamental que ha de considerarse es que el dinamismo de la inteligencia humana, las cosas son aprehendidas como realidades en y por sí mismas. Este acto es completamente unitario, por lo que, el acto de sentir no se da en un momento ulterior al acto de inteligir. Se afirma que: “El acto de intelección es una unidad intrínseca de sus dos momentos, [...] como momentos suyos [...] está presente en algo de lo que yo estoy dándome cuenta. La unidad indivisa de estos dos momentos consiste, pues, en estar” (Zubiri, 1984: 22).

De este modo, cuando se aprehende, la inteligencia actúa intrínsecamente en dos momentos suyos; uno, que consiste en “el estar” de la cosa, y el otro el estar con la cosa. En este caso, el estar es el núcleo de la intelección, pues no son dos “estares” que se unen uno después de otro, sino en respectividad estricta. Esto es lo que se puede deducir de la aprehensión de la inteligencia.

Así el acto de la intelección es un hecho y no una definición, hecho que se debe entender desde la índole esencial o estructura del acto intelectual en su física realidad. Físico aquí es semejante al “vocablo originario y antiguo para designar algo que no es meramente conceptual sino real” (Zubiri, 1984: 22).

Y aunque los actos intelectivos se desarrollan a partir de la aprehensión primaria de las cosas, no constituye el acto total de la intelección, pues existirán otros modos humanos para aproximarnos a la esencia de las cosas. Por lo tanto, la integración de la estructura del conocimiento se perciben, según Zubiri, en tres momentos, que en este caso se mencionan como: la inteligencia sentiente, la inteligencia y logos y la inteligencia y razón.

La primera, representa una aprehensión primordial, siendo central, primaria, de aquí que afirma el autor: “[...] la intelección de realidad más pobre inteligida en aprehensión primordial es inmensamente más rica como intelección que la intelección de la realidad en sus modos ulteriores” (1984: 267). Por lo que las cosas se perciben como reales.

En la segunda, y como la inteligencia aprehende siempre una función de “un hacia” se dará el modo de intelección del logos como intelección de lo real “desde” otra realidad. Con este modo, se afirma lo que lo real primordialmente aprehendido es “en realidad”, por lo mismo, se está ya en posibilidad de hacer juicios sobre la cosa aprehendida de modo primario. En este sentido, se posibilita la afirmación predicativa

de lo real por medio del juicio en sus diferentes modos y formas (Zubiri, 1982, 1983). Se nombra la cosa aprehendida como real.

Y en el tercero, por la intelección de la razón, se inicia la búsqueda de lo que aún no se conoce. Se trata de verificar si lo real afirmado y determinado por el logos es “en la realidad”. Entre la intelección primera de la cosa real y los otros modos de intelección hay una unidad de maduración intelectual que culmina con un estado de madurez, es decir, el saber. Así, “la intelección como acto, es un acto de aprehensión y está aprehensión es a su vez un modo de la aprehensión sensible misma” (1984: 26). Entonces, se inicia un pensar activo a partir de la cosa aprendida y nombrada como real por lo que se requiere una búsqueda de realidad, pues “el pensamiento procede de las cosas reales por el tener que pensar que éstas nos dan” (Zubiri, 1983: 32, 36).

Zubiri (1984, 1983, 1982) distingue tantos modos de verdad como modos de inteligir hay, es decir, a cada uno de los de los modos de intelección le corresponde un tipo de verdad, por lo mismo, un tipo de actualidad. Conforme a esta afirmación es posible hablar de la verdad real, verdad del logos y verdad de la razón.

Estos tres modos de intelección conforman la estructura intelectual a través de la cual es posible que todo ser humano conozca las cosas que aprehende de la realidad, sino que además, sí lo desea, produzca conocimiento.

1. Contenido

El contenido del presente trabajo está dividido en tres capítulos. Su organización configura una propuesta de análisis y reflexión sobre los conceptos básicos de la obra Ziburiana en razón de la inteligencia sentiente desde una perspectiva básica del conocimiento hacia una orientación de la naturaleza del saber. En este sentido, Zubiri (1984) en su texto *Inteligencia sentiente* señala el “problema del saber”, pues no se trata de una descripción del inteligir humano sino es una cuestión de análisis de los “hechos de la intelección”. Este trabajo tiene un lugar importante con el propósito de ir ubicando y entrelazando los conceptos de Zubiri con la educación para la paz desde el esquema de “poder hacer las paces” de Vicent Martínez Guzmán. En términos más detallados tenemos:

En el primer capítulo, iniciamos la inteligencia y la realidad Ziburiana entre la intelección y la aprehensión sensible y sus proceso sentiente hasta la organización transcendental de la realidad con el concepto de paz desde un enfoque fenomenológico-

antropológico que le da el marco introductorio como el escenario social de los estudios para la educación para la paz en la investigación “para hacer las paces”.

En el segundo capítulo, refiere una serie de conceptos de la obra Zubiriana en cuanto al texto de *Inteligencia y Logos* (1982), donde afirma que el logos es la estructura fundamental de la intelección supone “logificar la inteligencia” es decir “hacer de ella una facultad puramente formal y conceptiva”. A diferencia del primer capítulo donde actualiza las “cosas en tanto que reales”. Por lo que el logos es un modo “ulterior” de la intelección que permite expresar lo que las cosas reales son, siendo que la educación para la paz y los estudios de paz, también son reales. Es a través de los caracteres intrínsecos de la evidencia y que se contendrán en esta segunda parte.

Y por último, en el tercer capítulo se aborda la relación entre la inteligencia sentiente, el logos y la razón donde se compartirá según Zubiri dado que “mediante la razón la inteligencia humana intenta conocer lo que las cosas son “en la realidad”. Pues, a este nivel de ideas la intelección se torna un auténtico conocimiento, nunca se halla concluso, es siempre abierto y problemático, más aún, histórico. Es a través de la estructura formal del conocer por medio de un “método” como un sistema de referencia y de experiencia social se ubicarán los estudios para la paz entre la transformación de los conflictos, la educación para la paz en el “poder hacer las paces”.

2. Metodología de la investigación

El problema que nos planteamos para hacer esta propuesta que gira en razón de la inteligencia, los sentimientos a través de la inteligencia y realidad, la inteligencia y el logos y la inteligencia y razón del filósofo Zubiri, nos permitirá construir un andamiaje de carácter antropológico y fenomenológico que podrá sistematizar la organización de conceptos orientados a los estudios para la paz como: la transformación de los conflictos, la educación para la paz dentro de la investigación “poder hacer las paces” de Vicent Martínez Guzmán de la Cátedra UNESO de Filosofía para la Paz .

En esta dirección que apunta utilizar un método transcendental elaborado por Zubiri donde se recrea la inteligencia y la realidad, la del logos y la de la razón que podrá sistematizar el saber de los estudios para la paz de la cátedra de Filosofía y paz.

El objetivo general del presente trabajo es demostrar la coherencia, científicidad y la aplicabilidad de las propuestas de Xavier Zubiri a la investigación “para hacer las paces” en la investigación de la transformación de los conflictos y la educación para la

paz.

Los objetivos específicos son:

- Aplicar un procedimiento de carácter filosófico antropológico y fenomenológico de la investigación “para hacer las paces”.
- Explorar analíticamente el razonamiento lógico de las propuestas Zubirianas, relacionadas con la transformación de los conflictos y la educación para la paz, evidenciando las relaciones de conocimientos y saberes que caracterizan los estudios para la paz.
- Analizar y validar el método trascendental utilizado por Zubiri como una forma de vincular los conocimientos y saberes de la educación para la paz.

3. Hacia el conocimiento de intelegir en los estudios para la paz entre la transformación de los conflictos, la educación para la paz en el “poder hacer las paces”

Los conceptos fundamentales sobre los tres modos de aprehensión de la realidad de la inteligencia como la facultad de aprehender lo real en intelección y sus correspondientes estructuras formales hace poner la atención en los elementos formales que ayudan a entender las cuestiones sobre qué es el conocimiento racional; de saber qué se entiende por producción de conocimiento con el fin de sentar las bases para los productos de investigación en el campo de los estudios para la paz entre: La transformación de los conflictos, la educación para la paz dentro del eje globalizador de “poder hacer las paces”.

Responder la cuestión sobre qué es el conocimiento requiere, primero, tener presente que conocer es ante todo un modelo de intelección; por lo mismo, es un modo según el cual lo real, ya aprehendido primordialmente como real y afirmado como que es “en realidad”, es ahora reactualizado en razón como lo que es “en la realidad” profunda. Por lo que el conocimiento siempre será un modo ulterior, doblemente ulterior de actualización intelectual, es decir intelegir en razón (Zubiri, 1983).

Por lo que al hablar de conocimiento en los estudios para la paz en general, se refiere a un acto intermedio que se origina en una intelección anterior que lleva a otra posterior. En este caso, la transformación de los conflictos y la educación para la paz. Pues este tipo de intelección es lo que hace posible el conocimiento, pues al ser insuficiente exige un conocimiento sentiente y, en segundo lugar, debe ser un conocer en expansión intelectual en búsqueda del fundamento de lo ya actualizado: “poder hacer

las paces”; y, por último, el conocimiento es la reactualización de lo real como fundamento en sí. De este modo, el conocimiento da lugar a una mejor intelección, es decir, a una mejor actualización.

Por lo tanto, el conocimiento como eje central de: “poder hacer las paces” debe situarse en una intelección profunda. Cabe destacar que profundidad no es un sinónimo de último o de “ultimidad”, pues no todo lo profundo es último. La profundidad tiene grado, podemos decir, que van hasta lo infinito, por los que la:

Profundidad tiene hondura insondable, Conocer algo en profundidad no es pero el acceso a la ultimidad es constitutivamente un problema siempre abierto hasta el infinito; tal cosa permite afirmar que la intelección es profundidad no es sinónimo de intelección absoluta (Zubiri, 1983:168).

De ahí que el acceso a lo último siempre está abierto hasta el infinito. Es posible, decir que conocer es inteligir en razón, por lo que la cuestión siguiente es entender cómo se da el conocimiento de acuerdo a esta forma de inteligir. Zubiri (1983) afirma que para que se dé el conocimiento ocurren tres momentos estructurales; uno es la objetualidad, otro el método y también la verdad racional. Estos tres momentos corresponden a la estructura formal de la intelección racional o el conocer propio de la razón. Por el momento de la objetualidad, lo inteligido campalmente se transforma en objeto de conocimiento, en este caso: los estudios para la paz, es decir su propio conocimiento, o lo que es lo mismo, como cosa real, por lo que, la cosa real en cierto modo transforma cuando queda puesta sobre el fondo de la realidad profunda que lo fundamenta entre la transformación de los conflictos, la educación para la paz y “poder hacer las paces”.

En razón de esto, pasa a ser objeto real del conocimiento, con sus vertientes de investigación en los estudios para la paz. Es decir, como objeto real de conocimiento, se actualiza en la inteligencia sentiente como problema. El término objeto tiene aquí una connotación de realidad yacente, es decir, de la cosa que está frente al sujeto. Sin embargo, se reconoce que hay formas de estar presentes que no son yacentes; tal es el caso de “las personas en cuanto tales, la vida, la sociedad, la historia” (Zubiri, 1983: 178). De aquí que se piense que es mejor hablar *ob-sente*, cuando se hace referencia a la cosa real que se actualiza en forma de objeto, presente o no presente.

El segundo momento del conocimiento como intelección racional es el método, como ya se mencionó arriba. Este momento tiene lugar porque la razón como una búsqueda de la realidad profunda, de la realidad fundamento en el mundo, requiere de

un método de búsqueda, de fundamento. En este sentido, “método es un abrirse paso en el mundo, abrirse paso hacia el fundamento” (Zubiri, 1983: 203).

De acuerdo a esto, el método no es la lógica, es más bien, “una marcha intelectual en la realidad” (Zubiri, 1983: 209). Si se toma esto en cuenta, el método no se identifica con la inferencia lógica llamada razonamiento. Sin embargo, habrá de reconocerse que muchas veces se encuentra contenido en el método.

El tercer momento del conocimiento es la verdad racional. Este es un modo de verdad que se da en la coincidencia de las fases de la verdad dual: la autenticidad y la veridictancia como una tercera fase de la verdad dual, es decir, la verificación o encuentro en “lo real campal de aquello que se busca mundanamente, a saber, su fundamento” (Zubiri, 1983: 261).

Entonces se trata de verificar la verdad racional puesto que supone que lo real se somete a la razón. En sí la razón racional es encuentro de campo y mundo cumplimiento de lo esbozado como fundamento de la realidad. De acuerdo a esto, la verdad racional consiste en verificación, pues tiene como requisito la contrastabilidad. En conclusión, las explicaciones sobre el conocimiento y sus modos de producción ayudan a reconocer particularmente tres momentos que ocurren en toda búsqueda de conocimiento racional y que en el cumplimiento de éstos radica el carácter científico del pensamiento. Por lo que, de acuerdo a estas explicaciones es posible entender que:

Un objeto de conocimiento sólo se da en la intelección racional, es decir en la actualización de la cosa del mundo. Esta apertura de campo a mundo lleva a la cosa inteligida hacia el mundo o realidad fundamental como es el caso de los estudios para la paz.

El fundamento de lo real en el mundo se busca de un modo intelectual, el cual como método es la vía del conocer; en cuanto tal, se abre paso hacia el fundamento de la intelección racional de lo campal: la transformación de los conflictos y la educación para la paz.

El método como vía para llegar al conocimiento requiere que el objeto real sea intelógico en la realidad campal, es decir, en un sistema de referencia que sirva de direccionalidad y que llegue a un esbozo de posibilidades reales.

Conclusiones

Y por último: “poder hacer las paces” servirá de referencia direccional o de

fundamento para que llegue a un esbozo de posibilidades reales, esto es, inteligir entre otras cosas de lo campal, la cosa que podrá ser su fundamento posible; y que se experimente, que esté en la cosa inteligida como mundanal.

Por eso las verdades racionales que dan razón de lo campal, verifican en la experiencia que se cumpla lo esbozado, esto es, la verdad de la razón.

Con estas ideas expuestas pretendemos encauzar una serie de conceptos y de propuestas de tipo filosóficas que coadyuven a la importancia que tienen los estudios para la paz y que exista una relación de tipo epistemológico como un mero acercamiento de tipo también antropológico-filosófico que siga teniendo injerencia para realizar estudios e investigaciones referenciales.

Bibliografía

Martínez Guzmán, V. (2005). *Podemos hacer las paces. Reflexiones éticas tras el II-S y el II-M*. Sevilla: Desclée De Brouwer.

Zubiri, X. (1982). *Inteligencia y logos*. Madrid: Alianza Editorial

Zubiri, X. (1983). *Inteligencia y razón*. Madrid: Alianza Editorial

Zubiri, X. (1984). *Inteligencia sentiente. Inteligencia y realidad*. Madrid: Alianza Editorial

Biografía

Ángel Miranda Torres es asesor académico de la Universidad Autónoma del Estado de México. Maestro en Estudios para la paz y el desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México. Ha publicados artículos en revistas como Apertura de la Universidad de Guadalajara sobre convivencia escolar y mediación de conflictos. Correo electrónico: miranda1144@hotmail.com.

Educación Popular en la gestión del territorio para la paz en Colombia

Popular Education in land management for peace in Colombia

Patricia Umbarila Laiton, Universidad Nacional de Colombia
Antonio Caballer Miedes, Universitat Jaume I
Raquel Flores Buils, Universitat Jaume I

Resumen

El devenir histórico colombiano ha estado atravesado por el conflicto armado como escenario de inscripción y socialización de las nuevas generaciones, con el paso del tiempo, el alto nivel de incidencia de esta violencia ha provocado que diferentes grupos de población se vean envueltos en dichas acciones violentas sin desearlo.

En estas cuestiones son fundamentales las aportaciones que tienen las organizaciones sociales y de educación popular de cara a la construcción de paz y la gestión del territorio en Colombia, desde una perspectiva de inclusión social y desarrollo humano. La educación, y mucho más la educación popular, es una herramienta fundamental en el cambio social en estos contextos de violencia, así como de fomento de la justicia social, de una sociedad más democrática y de fortalecimiento de las organizaciones y movimientos gestados por comunidades populares.

De esta manera, la gestión del territorio para la paz en Colombia nos dirige a plantearnos diversas cuestiones vinculadas al cambio social y comunitario en relación al reconocimiento de derechos o la redistribución de la riqueza y la participación política. El objetivo que nos planteamos es destacar el importante papel que tienen las experiencias locales de organización social y de educación popular para la construcción de paz y la gestión del territorio desde una perspectiva de inclusión social y desarrollo humano. Este estudio evidencia que el trabajo de las organizaciones sociales bogotanas, desde la perspectiva de la educación popular y a través de los pilares enseñanza-aprendizaje-acción, vehicula las lógicas del conocer-intervenir-transformar, como fundamento del cambio social y como escenario reivindicativo de derechos y de ciudadanías. La investigación fue de carácter social cualitativo y desarrolló metodologías como la observación participante, los grupos focales, las entrevistas, los diarios de campo y el análisis de contenido para visibilizar los aportes de la educación popular en escenarios de construcción de paz y cambio social.

Palabras clave

Gestión del territorio; construcción de paz; organización social; educación popular; desarrollo humano.

Abstract

The Colombian historical development has been crossed by the armed conflict as a stage of registration and socialization of new generations and, over time, the high incidence of violence has led different population groups to be unwillingly involved in such violent actions.

In these issues social and popular education organizations can make fundamental contributions to peacebuilding and land management in Colombia, from a perspective of social inclusion and human development. Education, and even more popular education, is a fundamental tool for social change in these contexts of violence, as well as for promoting social justice in a democratic society and strengthening organizations and movements gestated by popular communities.

Thus, land management for peace in Colombia leads us to consider various issues

related to social and community change in relation to the recognition of rights or the redistribution of wealth and political participation. Our goal is to highlight the important role of local experiences of social organization and popular education for peacebuilding and land management from the perspective of social inclusion and human development. This study shows that the work of the Bogotá social organizations, from the perspective of popular education and through the pillars of teaching-learning-action, conveys the logic of knowledge-intervention-transformation, as the foundation of social change and as a protest scenario for rights and citizenship. This social qualitative research developed methodologies such as participant observation, focus groups, interviews, field diaries and content analysis to visualize the contributions of popular education in settings of peacebuilding and social change.

Keywords

Land management; peacebuilding; social organization; popular education; human development.

Introducción¹

“La educación liberadora no produce, por sí misma, el cambio social [...] pero no habrá cambio social sin una Educación Liberadora”
Paulo Freire

Pensar las realidades latinoamericanas es una tarea que implica hacer un recorrido por el devenir histórico de las trayectorias de la desigualdad e inequidad social que se enmarcan como problemáticas sociales derivadas del modelo de producción neoliberal. Modelo que cobra mayor auge desde la década de los noventa y que busca instaurarse como correlato de los sentidos y significados que los sujetos le asignan a formas de ser y estar en el mundo social. Por otra parte, y de manera importante, cabe destacar que como alternativa para hacer frente a los efectos que causa dicha lógica, cuyos planteamientos principales evidencian un marcado carácter economicista y mercantil, se hallan como potencialidad para recuperar al sujeto –individual y colectivo– los movimientos y las organizaciones sociales de base, que como actores colectivos, juegan un papel fundamental en lo referente a la visibilización de realidades socialmente problemáticas, que menoscaban permanentemente los derechos de los diversos colectivos de población. A la par estas experiencias ejercen acción política para reivindicar las identidades, construcciones y caminos posibles de solución; todo ello desde iniciativas que destacan el arraigo cultural y territorial de los pueblos, las prácticas significativas vinculadas a la creatividad y búsqueda constante de vías que posibiliten la instauración de planteamientos a favor del fortalecimiento de capacidades

¹ Este trabajo tiene origen en la tesis de Máster de Umbarila (2012).

de agencia y empoderamiento, ello en aras de potenciar el desarrollo humano relacionado con la conquista de la justicia, libertad y equidad social.

Desde esta perspectiva, se establece que estudiar con profundidad las realidades de cada uno de los contextos latinoamericanos constituye la apertura de diversos universos de significado, que están intrínsecamente vinculados con la respuesta a la pregunta sobre ¿Qué hacer para contrarrestar los efectos del sistema-mundo y las lógicas de globalización? Este interrogante encuentra posibles respuestas en aquello que aparece como un esfuerzo situado en el espacio de lo local –municipios, localidades, barrios o vecindades, entre otros– en los que se mantiene viva la llama de la esperanza y en donde se evidencian nichos de transformación social que anclan su episteme en lógicas organizativas, pedagógicas y de construcción de escenarios que promueven la convivencia pacífica, construyen paz e impulsan lógicas de democratización social que contribuyen a re-significar el concepto mismo del desarrollo, esta vez asociado con los sujetos, el ser, la armonía con la naturaleza y el fortalecimiento del lazo social.

Es en este contexto en el que se situó este estudio, buscando develar los sentidos (lógicas de acción) y significados (impactos de dicha acción) de la organización social en los escenarios locales de la ciudad de Bogotá en Colombia. Particularmente el objetivo de la investigación que da origen a este texto fue el de analizar las contribuciones de procesos locales de organización y educación popular² a la gestión del territorio para la paz en Colombia. Teniendo en cuenta que el país representa un lugar complejo, en términos de la existencia por más de cinco décadas del conflicto armado y la reproducción en el tiempo de condiciones de violencia estructural ligadas con pobreza, exclusión social, inequidad y desigualdad entre otros, se vislumbra que es necesario focalizar el estudio en un espacio territorial específico, por lo que la ciudad capital dada su diversidad poblacional y de experiencias en materia de educación popular resulta un escenario privilegiado para viabilizar este objetivo.

Así las cosas, se halla que el devenir histórico colombiano ha estado atravesado por el conflicto armado como escenario de inscripción y socialización de las nuevas generaciones, con el paso del tiempo, el alto nivel de incidencia de esta violencia ha provocado que diferentes grupos de población se vean envueltos en dichas acciones violentas sin desearlo. En estos contextos de violencia se ocasionan graves rupturas con el entorno y se ven afectadas las relaciones, las emociones, los individuos y, en

² También se puede encontrar en el texto con la sigla EP.

definitiva, las comunidades y la sociedad. De igual manera, los escenarios comunitarios se reconfiguran y adquieren unas características determinadas por la dinámica de la violencia.

Frente a este panorama son fundamentales las aportaciones que realizan las organizaciones sociales y de educación popular de cara a la construcción de paz y la gestión del territorio en Colombia, desde una perspectiva de inclusión social y desarrollo humano. La educación, y mucho más la educación popular, es una herramienta fundamental en el cambio social en estos contextos de violencia, así como de fomento de la justicia social, de una sociedad más democrática y de fortalecimiento de las organizaciones y movimientos gestados por comunidades populares.

De esta manera, la gestión del territorio para la paz en Colombia nos dirige a plantearnos diversas cuestiones vinculadas al cambio social y comunitario en relación al reconocimiento de derechos o la redistribución de la riqueza y la participación política desde la perspectiva democrática como elementos ligados con el diseño, la formulación y la aplicación de políticas públicas que posibiliten la inclusión social y que fomenten la gestión democrática y competente del territorio, a partir de la promoción de procesos de equidad social y transparencia en las acciones ligadas con los procesos de toma de decisiones en el contexto colombiano.

La realidad social contemporánea demanda de propuestas alternativas que permitan cualificar los procesos de organización y movilización social como parte de la democratización social, necesaria para impulsar procesos de transformación social. Este espacio, que incluye el género y la cultura de paz como elementos esenciales y transversales, se ha concebido desde una perspectiva de empoderamiento y agencia con el objetivo de explorar propuestas y alternativas pacíficas que desde la sociedad civil contribuyan a la transformación de las injusticias y las desigualdades sociales.

1. Experiencias de organización social en Bogotá como apuestas de cambio social

Se parte de la elaboración de una propuesta conceptual que está articulada a la necesidad de identificar prácticas que contribuyan a construir procesos de paz tanto en el país colombiano como en otros contextos en los que esta noción se aplica dada la existencia de condiciones de violencia cultural o estructural, así las cosas, el planteamiento inicial del estudio estructura el concepto de *Gestión del territorio para la paz* entendida como *proceso democrático de gestión y promoción de condiciones de*

equidad, convivencia y construcción de paz, que contribuye a encauzar los proyectos democratizadores y la acción competente en el territorio, desde una perspectiva de inclusión a partir de los enfoques diferenciales y de derechos.

Dicho concepto ayuda a deconstruir las prácticas y discursos que se demandan para desarrollar escenarios de paz, convivencia pacífica y por ende, de potenciar el cambio social de condiciones de injusticia e inequidad. De manera que, desde esta mirada se enmarca la contextualización de la experiencia. Se considera igualmente que las experiencias de educación popular y organización social son prácticas de transformación de conflictos, cambio social y construcción de condiciones de paz.

El escenario bogotano en Colombia se ha caracterizado por albergar multiplicidad de experiencias de organización y asociacionismo, como iniciativas de acción que subyacen al trabajo y esfuerzo de los diferentes colectivos de población que se enfrentan a condiciones adversas de precariedad en las diversas dimensiones de la vida social. Dichas iniciativas son desarrolladas en aras de potenciar soluciones principalmente en lo concerniente a la satisfacción de necesidades. En este sentido, dichas organizaciones emergentes consolidan iniciativas en torno al arte, la autogestión económica, la comunicación y el medio ambiente, principalmente.

En la investigación llevada a cabo se trabaja con la participación de varias organizaciones sociales que interactúan entre ellas en espacios de debate, visibilizando su trabajo, entendiendo el de otras experiencias y estableciendo mecanismos de diálogo de saberes o negociación cultural, que propician la deconstrucción de sentidos y significados de su quehacer, sus discursos y prácticas en el escenario de la construcción de paz, así como su papel en términos de la gestión del territorio para la paz.

Desde este referente las organizaciones sociales concebidas como sujetos actores de su propia historia, fueron diversas. Están ubicadas en varias localidades de la ciudad de Bogotá³, donde a partir de prácticas artísticas, educativas no formales, pedagógicas y participativas promueven la vinculación de diferentes colectivos de población en estrategias de mejora de condiciones de vida, de reivindicación de derechos, de visibilización de las problemáticas sociales y de construcción de prácticas de convivencia que se fundamentan en relaciones horizontales y de lucha por lo propio y lo ancestral que a nivel cultural ha construido un devenir histórico significativo para los sujetos que forman parte de estas experiencias. Las organizaciones tienen una

³ Kennedy, Ciudad Bolívar, San Cristóbal y Usaquén. Localidades bogotanas.

trayectoria de trabajo de más de veinte años participando de la vida social y esfuerzos por conservar sus rasgos identitarios históricos, destacando un marcado arraigo territorial.

A la noción de organización social añadiremos los aspectos derivados de una mirada crítica ligada en primer lugar con la organización social como contexto y acción colectiva de reivindicación de derechos que involucra la lucha por la transformación social, vinculada a su vez con las acciones colectivas para transformar situaciones de exclusión y desigualdad social. Desde esta perspectiva esta investigación concibió a las organizaciones sociales.

En segunda instancia diremos que las organizaciones sociales se sitúan en los niveles local, regional o nacional; entre ellas establecen alianzas en pro del cumplimiento de los objetivos que se tracen, ya sean individuales o colectivos. Teniendo en cuenta que esta investigación se situó en el espacio local de la ciudad de Bogotá, partimos de considerar el barrio como un referente fundamental de inscripción e interacción de las comunidades. Por lo cual:

Los barrios más que una fracción o división física o administrativa de las ciudades, son una formación histórica y cultural que las construye; más que un espacio de residencia, consumo o reproducción de la fuerza de trabajo, son un escenario de sociabilidad y de experiencias asociativas y de lucha de gran significación para comprender a los sectores populares ciudadanos. (Torres, sf: 7).

Se tiene en cuenta entonces que la identidad, al guardar estrecha relación con la cultura, siempre se construirá con referencia a un universo simbólico interiorizado en los individuos, en perspectiva de la asunción de representaciones socialmente compartidas, orientadas hacia la práctica y con relación a una construcción conjunta de la realidad social. Al hablar del barrio como referente de la construcción de identidad colectiva, Alfonso Torres plantea que este análisis nos sitúa en dos vías: a) Considerar el barrio en sí mismo como referente de identidad, ya que sus habitantes al apropiarlo como espacio y territorio de interacción generan lazos de pertenencia y b) Asumir el entorno barrial como espacio en donde se construyen las identidades colectivas que también expresan la fragmentación y los conflictos inherentes a la vida urbana. Se tejen allí un entramado de relaciones comunitarias que construyen un nosotros a través del espacio, la historia y los referentes simbólicos compartidos, aspecto que se fortalece ya que:

Por Educación Popular entendemos un conjunto de prácticas sociales y

elaboraciones discursivas, en el ámbito de la educación, cuya intencionalidad es contribuir a que los diversos segmentos de las clases populares se constituyan en sujetos protagonistas de una transformación de la sociedad, en función de sus intereses y utopías. De este modo, hacer Educación Popular es reconocer el carácter político de la educación y su papel en la búsqueda de una sociedad más justa y democrática; es asumir una opción explícita por el fortalecimiento de las organizaciones y movimientos gestados por los sectores populares, es trabajar en la creación o desarrollo de las condiciones subjetivas que posibiliten las acciones emancipadoras y de transformación social por parte de estos sujetos populares; es generar alternativas pedagógicas, metodológicas y didácticas coherentes con los postulados anteriores” (Torres, 2011: 26).

Esta cita de Alfonso Torres deja patente en términos de evidenciar los elementos que subyacen a la Educación Popular (EP) que como práctica y discurso, reconoce a los sujetos como actores de su historia, mostrando una clara intencionalidad política y transformadora. Se considera a la educación desde su papel en la búsqueda de sociedades más justas y democráticas, haciendo énfasis en la importancia de la recuperación de potencialidades, recursos y utopías de los sujetos en un contexto determinado.

En estos escenarios locales las organizaciones sociales a la par de garantizar su continuidad y consolidación contribuyen a la generación de tejido social. Desde la unión para la reivindicación de derechos y satisfacción de necesidades, se posibilita la construcción de nuevos vínculos personales y el establecimiento de redes informales de intercambio entre los participantes, lo cual tiene repercusión en el afianzamiento de redes sociales de apoyo y los procesos asociativos, como aspectos que se materializan en escenarios como los comités, los jardines infantiles, las escuelas populares, las bibliotecas, las casas culturales, etc., que a su vez se sitúan como espacios articuladores de otros procesos sociales. De manera que en estos espacios se construye una identidad colectiva que en palabras de Giménez (1997):

Representa al conjunto de representaciones sociales compartidas que funciona como matriz de significados, en aras de definir un conjunto de atributos que determinan el sentido de pertenencia a sus miembros permitiéndoles a su vez la distinción con otros colectivos humanos.

2. Debates, realidades y perspectivas de la Educación Popular y la organización social para la transformación

Estableciendo una relación directa con los hallazgos de la investigación realizada se pueden entrever con más claridad las características y aspectos subyacentes a estos

discursos y prácticas, y al mismo tiempo dilucidar el análisis de los planteamientos que permiten hablar de la contribución de las organizaciones sociales y de Educación Popular a la gestión del territorio para la paz. En este contexto es importante mencionar que en los grupos de discusión –planteados para el estudio– se mencionó que la Educación Popular entraña una visión de integralidad donde se conjugan dimensiones como los procesos racionales y emocionales de los sujetos, los mismos que constituyen la identidad individual y colectiva. En estos escenarios se piensa la globalidad pero también la localidad, concibiendo los sujetos como sociales y políticos inmersos en una relación dialéctica con su contexto, en donde se da cuenta del fortalecimiento de la territorialidad como sentido de pertenencia y arraigo a un espacio determinado, en desarrollo de dinámicas de interacción que propenden por la promoción de la conciencia crítica de los sujetos con el fin que asuman una postura reflexiva y analítica de la educación de los contextos sociales en los que se insertan y de los derroteros de trabajo.

Se observa entonces cómo en este ámbito la subjetividad adquiere gran relevancia:

Ya sea que la educación popular busque fomentar procesos de participación social o de organización popular, fortalecer movimientos sociales o hacer de los sectores subalternos un sujeto histórico, el ámbito de incidencia ha sido y es la esfera subjetiva de individuos y colectivos sociales (Torres, 2000: 5).

Como opción transformadora la Educación Popular en este contexto materializa sus objetivos en tres aspectos: el organizativo donde los sujetos se asumen como clase consciente y gestora de su propia historia, escenario en el que la participación es el aspecto que direcciona los planteamientos pedagógicos. En segunda instancia, la dimensión educativa donde la EP es asumida como posición política (de reivindicación de derechos, participación social y ejercicio de ciudadanía) expresada en una suerte de resistencia a los modelos económicos que promueven la desigualdad, la inequidad y la exclusión social. En tercer lugar, encontramos el aspecto pedagógico como resignificación de la cotidianidad a través de la construcción horizontal de nuevas relaciones de poder, en las que se identifican aspectos vinculados con la afectividad, la relación dialógica, la identidad cultural y la actitud crítica propositiva.

Desde esta perspectiva que recoge las características, sentidos y algunos de los significados de la EP vemos como ésta representa una alternativa democratizadora que, a través de sus discursos y prácticas, propende por la transformación de condiciones de inequidad y desigualdad social. Representa un proyecto democrático que desde el escenario local, promueve condiciones de equidad, convivencia pacífica y construcción

de paz, ya que visibiliza los mecanismos de exclusión y emprende acciones concretas para hacer frente a dichas situaciones, resignificando la vida social en su conjunto y potenciando los recursos comunitarios y barriales, para fomentar la creación de lazos sociales sostenibles. Con esto se logra la transformación de concepciones negativas así como la conciencia crítica entorno a situaciones como la violencia y el conflicto armado.

En términos más específicos de construcción de paz, las acciones de las organizaciones sociales en el ámbito urbano aportan los mismos principios mencionados por Lederach (2007). Los aportes de estas experiencias pueden situarse en las dimensiones personal, relacional, estructural y cultural, respectivamente. En la parte personal situamos el hecho de que a través de las actividades de EP que orientan la acción de las organizaciones sociales se da un fortalecimiento de la conciencia crítica que promueve una visión analítica del conflicto armado en escenarios micro.

A través de la dimensión relacional se dice que las organizaciones sociales promocionan prácticas de potenciación de las identidades y los valores colectivos desde la valoración de los esfuerzos y recursos individuales, entendiéndolos como legítimos. De igual manera el desarrollo de actividades y procesos se encuentra apoyado por el trabajo colectivo, situación que propende por la creación y consolidación de relaciones cooperativas y de esfuerzos conjuntos en las comunidades, caminos en los que desde la perspectiva estructural se promueve la puesta en marcha de actividades organizativas y educativas que buscan hacer frente tanto a la violencia directa, como a la violencia estructural, a través de estrategias como la de soberanía alimentaria que se materializa en las dinámicas que se promueven en torno a la agricultura urbana.

A nivel cultural encontramos una interacción social entre actores individuales, colectivos e institucionales como proceso de intercambio que, fundamentado en dinámicas de igualdad y convivencia, a largo plazo tiene incidencia en la construcción de relaciones sociales de inclusión; en este espacio cultural también se fomentan las prácticas dialogales en resolución de conflictos, aspecto que se materializa en las alternativas de resolución de conflictos planteadas en algunas de las experiencias.

Las experiencias de educación popular en el marco del quehacer de las organizaciones sociales desarrollan lo que Lederach llama la imaginación moral entendida como la capacidad de:

Imaginar respuestas e iniciativas que, estando enraizadas en los retos del mundo real, sean por naturaleza capaces de elevarse por encima de los

patrones destructivos y de dar a luz aquello que aún no existe. En relación con la construcción de la paz, es la capacidad de imaginar y generar respuestas e iniciativas constructivas que, arraigadas en los retos cotidianos de los escenarios violentos, trasciendan y finalmente rompan los grilletes de esos patrones y ciclos destructivos. (Lederach, 2007:256).

Se evidencian entonces tres aspectos más en el análisis de estos discursos y prácticas: a) El fomento de la participación constructiva de las personas, b) La creación de procesos responsivos y c) Los procesos de producción de soluciones (de forma continuada) que potencialmente transforman el epicentro de las relaciones contextualizadas evidenciando con ello la comprensión de los aspectos que interactúan en la escena social, la escena del cambio y la integridad.

En este sentido, es importante potenciar prácticas como las sucintamente abordadas en este texto ya que:

[...] en este cambio de milenio, la relación entre educación y cambio social y la importancia de una acción ético-política y pedagógica coherente, no se colocan solamente como temas de análisis y estudio, sino como una exigencia teórico-práctica decisiva: se trata de respondernos, de cara a la construcción de una ciudadanía global, a la pregunta “¿Qué Educación necesitamos para qué tipo de Cambio Social?” (Jara Holliday, 2008: 3).

Conclusiones

Las localidades, y en su interior los barrios como entramados simbólicos en los que se tejen sentidos y significados, aparecen como referentes territoriales de la construcción de la identidad colectiva, de manera que las relaciones sociales que se establecen allí dan cuenta de la generación y fortalecimiento de tejido social y asociativo. La reivindicación fundamental de las organizaciones sociales en el contexto barrial estaría ligada con varios elementos que en la escena social aparecen vinculados con el devenir histórico de las organizaciones, entre ellos se destacan: la institucionalización, la incidencia de los momentos de crisis, los encuentros y reuniones para toma de decisiones y la consolidación interna de las organizaciones en el nivel local.

En este contexto se evidencia que el trabajo desarrollado por las organizaciones en el contexto bogotano que fue el escenario de inscripción de esta investigación, se fundamenta en la Educación Popular. Entendida como terreno en que la subjetividad cobra un valor importante, puesto que desde la década de los noventa se otorga un papel fundamental en términos de acción social individual y colectiva que valora el mundo

interior de los sujetos a partir de su experiencia vivencial como aspecto que dilucida la trascendencia de la conciencia y el mundo de la razón, en escenarios en los que los universos simbólicos que convergen, interactúan para estructurar procesos sociales de transformación y cambio social.

Desde allí las organizaciones sociales aportan a los principios de construcción de paz mencionados por Lederach en las dimensiones personal, relacional, estructural y cultural, respectivamente; contribuyendo con ello a hacer frente a las condiciones derivadas de la violencia directa, la violencia cultural y la violencia estructural. Desarrollando a la par respuestas e iniciativas que, estando enraizadas en el mundo real, son capaces de elevarse y construir lo que no existía. Se generan respuestas constructivas que buscan hacer ruptura con los patrones y ciclos destructivos.

A causa de que dicha garantía de derechos pasa de ser obligación constitucional a un deber ser (ideal a cumplir y no acción realizada), posicionándose así como correlato de la exclusión y desigualdad social en varios contextos nacionales, regionales y locales; resulta inaplazable que los discursos y prácticas transiten por la reflexión y redefinición de los planteamientos vinculados con la gestión democrática y competente del territorio, como una clave para la construcción de paz en el país, a través del incentivo de una cultura de paz que promueva condiciones que permitan hacer frente y superar progresivamente las violencias directa, estructural y cultural mencionadas por Galtung (1998, 2003) en su amplia obra.

Bibliografía

- Freire, P. (1985). *Entrevista a Paulo Freire*. Buenos Aires: Consejo de Educación Popular de América Latina y el Caribe.
- Galtung, J. (1998). *Tras la violencia, 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución. Afrontando los efectos visibles e invisibles de la guerra y la violencia*. Bilbao: Gernika Gogoratuz, Bakeaz.
- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Bilbao: Gernika Gogoratuz. Bakeaz.
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*. vol 9. N° 18 Julio-Diciembre.
- Jara Holliday, O. (2008). *Educación Popular y cambio social en América Latina*. País Vasco: IV Congreso Educación para el Desarrollo.
- Lederach, J. P. (2007). *La imaginación moral. El arte y el alma de la construcción de la paz*. Bilbao: Bakeas.
- Torres, A. (2000). *Identidades barriales y subjetividades colectivas en Santafé de Bogotá*. Colombia: Universidad Pedagógica Nacional.
- Torres, A. (2011). *Educación Popular. Trayectoria y actualidad*. Venezuela: Universidad Bolivariana de Venezuela.
- Torres, A. (s.f.). *Reconstruir memoria de procesos organizativos populares*. Colombia.

Umbarila, P. (2012). *Procesos locales de organización social y educación popular en la gestión del territorio para la paz en Colombia*. Tesis de Máster (no publicado). Universitat Jaume I.

Agradecimientos

Gracias a la Universitat Jaume I por abrir espacios de discusión como el propuesto en este congreso. De manera especial al Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, instancia que me apoyó para la realización del Máster en Cooperación al Desarrollo mediante las becas que oferta a profesionales latinoamericanos. Gracias a los coautores del texto por su gestión. A mi esposo Jheyson Aguilar por su compañía y apoyo permanente siempre. A las organizaciones sociales bogotanas por su contribución al cambio social.

Biografía

Patricia Umbarila Laiton es Trabajadora Social, Universidad Nacional de Colombia, especialista en Análisis de Políticas Públicas, Universidad Nacional de Colombia. Máster en Cooperación al Desarrollo, Universidad de Valencia y Universitat Jaume I. Candidata a PhD en Cooperación al Desarrollo de las mismas universidades. Investigadora en la Universidad Nacional de Colombia. Líneas de trabajo e investigación: Políticas Públicas, Derechos Humanos, Educación, Trabajo Social. Amplia experiencia en formulación y desarrollo de investigaciones desde la perspectiva social cualitativa, acompañamiento a organizaciones sociales. Formación en metodologías de Planificación Participativa y Gestión Asociada para la elaboración de proyectos de desarrollo social. Capacidades y conocimientos académicos para la construcción de propuestas educativas (formales e informales) orientadas a la gestión territorial y la construcción de paz. Experiencia docente desarrollada en cátedras como fundamentos de Trabajo Social, Comunidad, problemas sociales, prácticas académicas profesionales, trabajo de grado y sistematización de experiencias. Capacidades para el diseño, formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas sociales, así como programas y proyectos de bienestar social. Destrezas para la recolección, sistematización y análisis de información con fines investigativos. Integrante de grupos de investigación en Colombia y de la Red de Planificación Participativa y Gestión Asociada PPGA, FLACSO-Argentina.
Correo electrónico: patricia7170@gmail.com.

Antonio Caballer Miedes es Profesor del Departamento de Psicología Evolutiva, Educativa, Social y Metodología – Metodología de las Ciencias del Comportamiento de la Universitat Jaume I. Doctor en Psicología por la Universitat Jaume I de Castellón. Dirección tesis: *Impactos psicosociales del desplazamiento forzado en Colombia. Una propuesta de intervención para niños y niñas* (Sandra Alvarán, 12/06/2014). *Promoción de la Resiliencia en contextos escolares. Diseño, implementación y evaluación de un programa de intervención* (Rosa Mateu Pérez, 17/12/2013). Grupos de investigación: Análisis y metodología de encuestas. Psicología comunitaria y cooperación al desarrollo. Dirección de tesis (en curso): *Educación inclusiva en la discapacidad visual: formación docente en Nicaragua. Procesos locales de organización social y educación popular en la gestión del territorio para la Paz en Colombia*. Correo electrónico: caballer@uji.es.

Raquel Flores Buils es Profesora del Departamento de Psicología Evolutiva, Educativa, Social y Metodología de la Universitat Jaume I. Doctora en Psicología por la

Universitat Jaume I (UJI) de Castellón, Licenciada en Psicología y Psicopedagogía por la UJI. Máster en Educación y TIC por la Universitat Oberta de Catalunya. Miembro de los proyectos *La fotografía social: instrumento de formación, información y denuncia en procesos organizativos comunitarios*, Colombia. Convocatoria de ayudas de cooperación universitaria al desarrollo. UJI, 2014. *Promoción del derecho a la educación de jóvenes y mujeres víctimas de violencia sociopolítica en Colombia*. UJI, 2013. Dirección tesis: *Impactos psicosociales del desplazamiento forzado en Colombia. Una propuesta de intervención para niños y niñas* (Sandra Alvarán, 12/06/2014). Investigación: Educación inclusiva en la discapacidad visual: formación docente en Nicaragua. Procesos locales de organización social y educación popular en la gestión del territorio para la Paz en Colombia. Publicaciones: *Impactos psicosociales del desplazamiento forzado en Colombia*. Flores, R. García-Renedo, M. y Gil, JM. (2013). *El Observatorio Psicosocial de Recursos en situaciones de desastres* de la Universitat Jaume I, vol 27 N°52, 35-49. García, M., Mateu, R., Flores, R. y Gil, J.M. (2013). La Resiliencia y las víctimas de desastres. *Cuadernos de Crisis*. N° 12, vol 1. Correo electrónico: flores@uji.es.

Las consecuencias en la educación de los conflictos armados de baja intensidad: una primera aproximación a través de la técnica Delphi

Impact on the education of low-intensity armed conflict: a first approximation through the Delphi technique

Luisa María Cervantes Duarte, Universidad de Granada

Resumen

Indagar sobre las consecuencias que los conflictos armados de baja intensidad (CABI) han generado en la educación es un tarea tan compleja como necesaria. El objetivo es crear un debate a nivel nacional que, fundamentado en un beneficio pedagógico, pueda ayudar a la superación del conflicto. Abordamos dicha temática a través de la revisión multivocal, sirviéndonos de la técnica Delphi para la recogida de datos. Los primeros resultados confirman que la educación en general se ha visto afectada por los conflictos: el profesorado, que ha tenido que migrar dentro y fuera de España, la alteración de ciertas disciplinas académicas y el clima de centro, entre otros, son algunos de los aspectos más destacados entre el grupo de panelistas que ha dado respuesta a la cuestión planteada.

Palabras clave

Educación; conflicto armado; revisión multivocal; impacto social; comunicación.

Abstract

Investigating the impact that low intensity armed conflicts (CABI) have had on education is as complex task, as it is necessary. The aim is to create a national debate that, based on an educational benefit, can help overcome the conflict. We address this issue through the multi-vocal review, serving us the Delphi technique for data collection. The first results confirm that education in general has been affected by conflict: the teacher, who had to migrate in and out of Spain, the alteration of certain academic disciplines and working environment, among others, are some of the most prominent among the group of panelists who has answered the question aspects.

Keywords

Education; armed conflict; multivocal review; social impact; communication.

Introducción

Los Conflictos Armados de Baja Intensidad (CABI) forman parte de la historia de España. Sus abrumadoras consecuencias producto de años de miedo y desmesurada violencia han condicionado la actual sociedad. La lucha armada ha intentado ser combatida con más violencia y solo hasta hace relativamente poco tiempo, se ha impuesto la razón en parte de esos conflictos.

Las consecuencias generadas por dichos conflictos han sido funestas en todos los ámbitos de la vida diaria, como la pérdida de libertades, el miedo a expresar una opinión particular o a posicionarse bajo un determinado signo político. La educación, como parte fundamental de la vida, también se ha visto negativamente impactada por estos

conflictos, siendo sus consecuencias más perniciosas si consideramos su labor como medio de socialización primaria de las nuevas generaciones de ciudadanos.

La comunicación, el diálogo entre todos los miembros de la sociedad española en lo referente a los conflictos armados acaecidos, debe ser una base fundamental para la superación definitiva de los mismos. De aquí surge la importancia de dos actuaciones que se están llevando a cabo en el País Vasco. Ambas surgen de la conceptualización de la comunicación y el diálogo como proceso de resolución de conflictos. La primera de ellas hace referencia a los procesos de justicia restaurativa, entendidos como el diálogo producido entre víctima y victimario, con la finalidad de alcanzar respuestas tales como la reparación, la restitución, servicios a la comunidad, destinados a satisfacer las necesidades individuales y colectivas, así como las respectivas responsabilidades de las partes y a lograr la reintegración de la víctima y de la persona ofensora (Olalde, 2013: 27).

La segunda actuación, más cercana a nuestro ámbito, se pone en marcha en 2011, tras varios años de formación a víctimas, estudios piloto, y una modificación del decreto de 2010, en aulas de ESO y de Bachillerato del País Vasco, donde un grupo de víctimas de violencia de diferente signo fueron preparadas para, en la búsqueda de un beneficio pedagógico, exponer sus experiencias. El *módulo Adi-Adian* fue evaluado el pasado Diciembre de 2014 con excelentes resultados, ampliando la experiencia en el 2015 en un mayor número de centros educativos (Europa Press, 2014).

Ambas iniciativas son paradigmas pacíficos, alternativos a la lucha y represión armada, que conllevan un cambio y una profunda transformación de las injusticias sociales, en la pugna por un futuro de paz y convivencia en el País Vasco en particular y, en España, en general, en los que la comunicación se erige como instrumento principal para avanzar hacia la disolución del conflicto.

Dejando al margen estas experiencias, consideramos que el conflicto no debiera ser dado por finalizado si no se evalúan sus consecuencias en todos los ámbitos afectados y sin que la sociedad española en su conjunto, haya pasado su periodo de duelo (Tizón, 2013), necesario y obligado, que debe estar basado en los relatos de las experiencias vividas por los directamente afectados. Por tanto, pasar la página, dejando entre paréntesis los años del conflicto, no es una solución. Necesitamos de la verdad y de la memoria para que la paz pueda ser alcanzada. En consecuencia, consideramos un paso previo crear un debate en el que se pongan de manifiesto qué consecuencias han

generado los conflictos en la vida diaria en general y en el ámbito educativo en particular.

Con el nuevo currículo de Educación Secundaria serán introducidos en las aulas de ESO y Bachillerato aspectos relacionados con los conflictos armados y terrorismo, tanto a nivel nacional como internacional, en diversas asignaturas, tales como Historia, Valores Éticos y Psicología. Considerando el gran paso que el sistema educativo español está dando al introducir ésta temática en las aulas, creemos conveniente afirmar la necesidad de concebir una cultura de paz, sin odios ni revanchismo, en las que las actuaciones queden insertas, para no poner en peligro los avances que la sociedad española está dando en la lucha por la paz.

Esa cultura de paz puede ser el resultado de un proceso de comunicación donde todas las partes afectadas dialoguen con la finalidad de alcanzar una meta común, la disolución del conflicto y la convivencia en paz, dejando a un lado intereses políticos que obstruyen el camino a recorrer. La educación, como formación destinada a desarrollar la capacidad moral y social de los individuos de una sociedad, no puede quedar aislada de ese proceso.

1. Diseño de investigación

1.1. Objetivo

La problemática planteada en este trabajo trata de demostrar si los conflictos armados acaecidos en nuestro país han generado algún tipo de consecuencia, positiva o negativa, en la educación.

Por ello, el objetivo de investigación se centra en enumerar y categorizar, según las opiniones de expertos, víctimas y personas que han vivido el conflicto, las consecuencias que los CABI han generado en la educación en nuestro país.

Para dar respuesta a dicha problemática, consideramos necesario realizar una revisión multivocal (Cervantes y Fernández-Cano, 2014), que aúne las diferentes voces de expertos, víctimas y personas directamente relacionadas con el conflicto, en aras de alcanzar un consenso que nos permita conocer dichas consecuencias y poder actuar sobre ellas, cerrando, de manera psicológicamente sana, un capítulo de la historia de España que no debe ser cerrado de otra forma, sino siendo afrontado y otorgándole a cada persona el lugar que, por justicia, le corresponde.

La revisión multivocal tiene como objetivo indagar un fenómeno complejo de interés en el que no se pueden manipular los eventos y del que se tienen múltiples

fuentes de datos eminentemente cualitativos, e incluso cuantitativos, confiando en obtener un retrato detallado del fenómeno que se estudia (Fernández-Cano, 1995).

1.2. La técnica Delphi

Debido a la dificultad espacial, temporal y a las divergencias ideológicas del tema tratado, las entrevistas personales y los grupos de discusión, técnicas propias de la metodología cualitativa, se vislumbraron como algo inapropiado e inaccesible, siendo la opción más viable la utilización de la técnica Delphi (Linstone y Turoff, 1975) como medio para recoger las diferentes voces de informantes clave de ámbito nacional, debido a que esta técnica aparece en la literatura como solución viable a los problemas antes planteados. La información recogida a través de la técnica Delphi puede ser ampliada con los datos aportados a través de otras técnicas de investigación cualitativa.

Su amplio desarrollo, desde la primera utilización por RAND Corporation en 1944 (Gupta y Clarke, 1996, citados por Hanafin, 2004: 4) en proyectos de investigación de índole militar, ha hecho posible su aplicación en otras disciplinas, como es el caso de la medicina, con los estudios llevados a cabo por Paap, Vernooij-Dassen, Drees, Radbruch, Vissers, y Engels (2014) o Shaw et al.(2014), y la economía, como el presentado por Dinwoodie, Kandamores y Rigot-Muller (2014). También la educación se ha hecho eco de la utilidad de esta técnica que, como todas, cuenta con ventajas y limitaciones.

La técnica Delphi puede ser definida como un proceso interactivo, de respuesta controlada que pretende alcanzar un consenso entre el grupo de panelistas que conforman la muestra de la investigación, teniendo como puntos fuerte aquellos destacados por Landeta (1999: 32): anonimato, *feedback* controlado y respuesta estadística del grupo.

El anonimato de los participantes evita las influencias negativa de los miembros dominantes del grupo permitiendo la expresión libre de ideas así como que las decisiones sean evaluadas por su mérito y no por quién las propone (Skulmoski, Hartman y Krahn, 2007: 2).

El *feedback* controlado permite la transmisión de información libre de “ruidos” entre los expertos a los largo de las interacciones que se dan en el proceso y favorece la eliminación de la información irrelevante tras el análisis al que la somete en grupo coordinador (Landeta, 2006: 469). Para ello, el grupo coordinador ha de ser consciente de la importancia de su labor para que la información relevante no sea desechada.

La respuesta estadística de grupo garantiza que todas las opiniones individuales sean tomadas en consideración en el resultado final del grupo (Landeta, 2006: 469) y facilita el análisis y la interpretación de los datos.

A pesar de las amplias posibilidades que dicha técnica ofrece, no es, al igual que otras técnicas de investigación, una técnica exenta de críticas estando las principales relacionadas con las limitaciones propias de la falta de comprensión del método (limitaciones técnicas o formales) y la falta de comprensión del concepto Delphi (limitaciones de fondo), como pueden ser prejuicios del monitor o la falta de atención a los desacuerdos (Konow y Pérez, 1990: 8-9). Por otro lado, Goodma (1987), señala que el anonimato puede provocar la pérdida de la responsabilidad de los puntos de vista expresados.

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta esta técnica está relacionado con la falta de credibilidad del estudio, lo que está muy relacionado con la elección del grupo de panelistas. Éstos deben otorgarle suficiente validez y fiabilidad a la investigación, considerando que la muestra seleccionada de forma no aleatoria no es representativa de la población; por consiguiente, se ha de tener en cuenta que el conocimiento generado con este tipo de técnica se basa en opiniones y conclusiones abstraídas de un grupo minoritario de la población. Hacer una adecuada selección de panelistas es fundamental para que la técnica cumpla su objetivo.

Otro tema relacionado con los panelistas es el número que deben formar la muestra. Ha sido sugerido que el tamaño del panel puede variar en función del tópico tratado, la naturaleza de los puntos de vista incluidos y el tiempo y el dinero disponible (Van Zoligen and Klaassen, 2003, citados por Hanafin, 2004: 23).

1.2.1. Selección de participantes

Los criterios de inclusión para formar parte de los panelistas han sido los siguientes:

- Ser considerado experto en temas de conflicto y/o paz.
- Haber sido víctima del conflicto armado
- Tener experiencia como docente en centros educativos durante los años que el conflicto estuvo vigente en zonas más afectadas.

A la hora de seleccionar a los participantes, es importante tener en cuenta la posibilidad de contactar con ellos.

1.2.2. Cuestión a debatir en la primera ronda

Según Powell (2003: 378) el rol de la primera ronda es identificar tópicos para ser dirigidos en rondas posteriores. Una pregunta inicial cualitativa permitirá recoger un mayor número de tópicos a tener en cuenta en las rondas posteriores, que serán reenviados a los participantes en forma cuantitativa a través de un segundo cuestionario (Hasson, Keeney y McKenna, 2000: 1010).

La pregunta planteada a los informantes clave, en la primera vuelta de la técnica, que han sido seleccionados como muestra para este trabajo, ha sido la siguiente:

¿Cuáles son, en su opinión, las 5 consecuencias principales que el conflicto armado de baja intensidad ha generado en la educación y personas relacionadas, en España, desde 1975 hasta la actualidad?

1.2.3. Contacto con los informantes clave

Para localizar a cada panelista, se ha realizado una sistemática búsqueda por Internet del currículo individual antes de ser considerado experto en temas de paz y conflictos. Además, se han utilizado las páginas web de las diversas asociaciones españolas de víctimas de conflictos armados.

Los formularios han sido enviados a través de correo electrónico en el caso de expertos y de algunas asociaciones. En ciertas asociaciones ha sido necesario mantener un contacto previo telefónico o a través de un formulario de contacto.

Es preciso destacar las bajas tasas de retorno en la recogida de información, así como un número considerable de expertos sobre paz y conflictos que han rechazado la participación en el trabajo, alegando que no saben nada sobre el tema o que, ante nuestra negativa de utilizar el término terrorismo, no son partidarios de colaborar en el trabajo.

3. Resultados

De las primeras diez respuestas recibidas en la primera vuelta, se destacan dos posiciones claras. La primera no acepta el término conflicto armado de baja intensidad para los conflictos que se han sucedido en España, por lo que no consideran que éstos hayan supuesto alguna consecuencia en la educación:

La violencia de carácter criminal tiene un impacto reducido en la educación, pues la educación en valores rechaza cualquier acto de violencia y veo su impacto muy reducido en el ámbito educativo. [Informante A]

La educación en España nunca ha provocado un solo muerto. No podemos confundir "tensiones coyunturales y minoritarias" con un conflicto armado y por tanto, no podemos hablar de conflicto armado de baja intensidad. [Informante B]

La segunda posición, aunque no comparte el término empleado al considerarlo un eufemismo, sí responde a la cuestión planteada. De éstas, obtenemos las siguientes consecuencias, algunas relacionadas con alteraciones en el proceso comunicativo en las aulas escolares.

Al analizar todas las respuestas, ha quedado de manifiesto que los conflictos armados de baja intensidad han supuesto consecuencias negativas en todos los ámbitos del sistema educativo, como son contenidos académicos, el profesorado y el alumnado. Esta información ha sido contrastada mediante un análisis de la literatura existente sobre la temática y material audiovisual.

La manipulación de ciertos contenidos, sobre todo en lo relativo a la historia y la filosofía, ha sido destacada por varios de los participantes, siendo un problema grave si consideramos que la verdad de lo acontecido es lo que puede evitar su repetición en los años venideros. También se ha visto alterada la educación para la paz, pues ha sido ajena a este tipo de conflictos, a pesar de que ocurría en el contexto social más inmediato, relegando el estudio del conflicto a las grandes guerras o a guerras internacionales. En cursos inferiores (primaria) los conflictos fueron omitidos debido al miedo del profesorado a abordar esta temática por las posibles represalias que pudieran ser tomadas en contra de ellos.

La falta de abordar objetivamente estos conflictos dentro de las aulas ha dificultado la creación de una opinión firme de condena de los actos violentos.

Por otro lado, en lo que se refiere al alumnado, y derivado quizás de la falta de una educación para la paz contextualizada a su entorno, se han dado casos de alumnos cuyas actitudes han sido contrarias a los derechos humanos y de justificación de la violencia. La omisión de una educación para la paz coherente con la situación vivida durante los años de conflicto, en ocasiones, era la respuesta ante amenazas constantes de los violentos.

En una posición delicada se encontraban los docentes quienes, insatisfechos con el contexto de violencia y miedo por verse involucrados en ese ambiente de "terror",

tuvieron que abandonar su lugar de origen y/o trabajo. Las etapas educativas superiores no han quedado exentas de esta violencia, provocando la huida forzada de muchos profesores de la universidad amenazados por ETA, así mismo el asesinato de dos de ellos en Valencia y Madrid.

Conclusiones

No caer en los mismos errores del pasado es también tarea de la educación, que ha de centrarse en la recomposición del tejido social que los CABI han fracturado, en un intento de lograr la superación definitiva, sin dejar grietas por las que el conflicto pueda resurgir. Por tanto, la educación no puede mantenerse al margen del conflicto y debe abordar conceptos como verdad, justicia, reparación y memoria (Urkijo, 2009), que pueden ayudar a crear posiciones contrarias al uso de la violencia.

Como hemos podido comprobar con los primeros resultados de esta investigación, el sistema educativo y sus agentes se han visto gravemente afectados por los conflictos. Es necesario seguir con la investigación para arrojar a la luz todas esas consecuencias, darles el merecido reconocimiento a todos esos docentes que tuvieron que migrar a un destino desconocido y recomponer su vida; y a aquellos otros que aguantaron con miedo y tesón la crueldad de esos años, mirando debajo de los coches a la salida del colegio.

Las consecuencias aquí mencionadas, aparecen también en diversos documentales sobre el conflicto vasco, en el que víctimas, políticos y/o miembros destacados de la sociedad vasca valoran su experiencia personal en determinadas situaciones. “Voces sin libertad” (2004) es un ejemplo de ello. En este documental, podemos localizar testimonios tan graves como el aportado por Mikel Arzumendi, quien afirma que “en el País Vasco ha habido gente que ha sido educada en el odio en el centro de enseñanza”, lo que contradice con los valores que, según el currículo educativo, debe ejercitarse en los centros educativos.

Por tanto, es necesario también llevar a cabo un cambio en la práctica educativa que potencie la educación para la paz, lo que ha sido reflejado a nivel teórico en el Artículo 6 de las Disposiciones Generales del nuevo currículo de Educación Secundaria Obligatoria (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2015: 174), donde se afirma que:

Las Administraciones educativas fomentarán el aprendizaje de la prevención y resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la

libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos, [...] el rechazo a la violencia terrorista, la pluralidad, [...] el respeto y consideración a las víctimas del terrorismo y la prevención del terrorismo y de cualquier tipo de violencia. La programación docente debe comprender en todo caso la prevención [...] de la violencia terrorista y de cualquier forma de violencia [...].

Corresponderá a los profesionales de la enseñanza que esas consideraciones sean llevadas a la práctica y, al conjunto de la sociedad, encauzar a las nuevas generaciones hacia la resolución pacífica de los conflictos y el respeto hacia la pluralidad de ideologías.

A pesar de la oposición al módulo Adi-Adian de grupos políticos y detractores que no valoran como positivo la consideración y el debate de las consecuencias de conflictos armados dentro de las aulas, nosotros estamos convencidos de que estos trabajos siembran la semilla de un futuro de paz y reconciliación, que no solo debe darse en el ámbito político, aún teniendo presente que esa es la naturaleza del conflicto.

Por ello, apostamos para que la comunicación y el debate abran paso a una nueva etapa en la sociedad española, donde la palabra tenga mayor peso que las armas. Este debate normalizará el estudio del conflicto en las aulas parte de la historia de nuestro país. Ofrecemos un primer paso para entablar dicho diálogo a nivel nacional con el trabajo presentado.

Bibliografía

- Cervantes, L. y Fernández-Cano, A. (2014) La revisión multivocal como síntesis cualitativa de integración de la investigación y su aplicación al ámbito educativo. En Costa, P., Reis, L., Neri de Souza, F., y Luengo, R. (eds.), *Libro de actas de "3º Congreso Ibero-Americano en Investigación Cualitativa Vol.1.* (pp. 68-71). Badajoz: Universidad de Extremadura, Ludomedia.
- Dinwoodie, J., Landamore, M., Rigot- Muller, P. (2014). Dru bulk shipping flows to 2050: Delphi perceptions of early career specialists. *Technological Forescasting and Social Change*, 88, 64-75. Doi: 10.1016/j.techfore.2014.06.010
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). Real Decreto-ley 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. *Boletín Oficial del Estado*, 03 de enero de 2015, 3, 169-548. Recuperado de: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-4782
- Europa Press (2014). Vitoria. Un total de 2.256 alumnos de 21 centros educativos participan en el programa de testimonios de víctimas en las aulas, eldiario.es, 19 de diciembre de 2014. Recuperado de: http://www.eldiario.es/norte/euskadi/educativos-participan-programa-testimonios-victimas_0_336666555.html
- Fernández-Cano, A. (1995): *Métodos para evaluar la investigación en psicopedagogía*. Madrid: Síntesis.

- Gobiernos Vasco (2013). *Modulo educativo Adi-Adian. Aprendizajes de dignidad humana, convivencia y empatía mediante una experiencia de escucha de testimonios de víctimas*. San Sebastián: Servicio central de publicaciones del Gobierno Vasco. Recuperado de:
http://www.eskolabakegune.euskadi.net/c/document_library/get_file?uuid=7320f549-9583-47b5-854a-80eb7dbd4a88&groupId=2211625
- Goodma, C. M. (1987). The Delphi Technique: a critique. *Journal of Advanced Nursing*, 12(6), 729-734. Doi:10.1111/j.1365-2648.1987.tb01376.x
- Hanafin, S. (2004). *Review of literatura on the Delphi Technique*. Dublin: National Children's Office.
- Hasson, F., Keeney, S., y McKenna, H. (2000). Research guidelines for the Delphi survey technique. *Journal of Advanced Nursing*, 32(4), 1008-1015.
- Know, I. y Pérez, G. (1990): Método DELPHI. En Acuña, H y Konow, I. (1990), *Métodos y técnicas de investigación prospectiva para la toma de decisiones*. Santiago: FUNTURO/ODEPLAN/PNUD.
- Landeta, J. (1999). El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre. Barcelona, Ariel.
- Landeja, J. (2006). Current validity of the Delphi method in Social Science. *Technological Forecasting & Social Change*, 73, 467-482. Doi: 10.1016/j.techfore.2005.09.002
- Leize Producciones (Productor) y Arteta, I. (2004). Voces sin libertad. [Documental]. España: Leize Producciones.
- Linstone, H. A. y Turoff, M., (1975). *Delphi methods: techniques and applications*. Massachusetts: Addison Wesley Publishing.
- Olalde, A. J. (2013). Encuentros restaurativos en victimización generada por delitos de terrorismo: bases teóricas. En Pascual, E. (2013) (coord.), Los ojos del otro. Encuentros restaurativos entre víctimas y ex miembros de ETA (p. 21-73). Santander: Salterrae.
- Paap, J. V., Vernooij-Dassen, M., Droes, R. M., Radbruch, L., Vissers, K. y Engels, Y. (2014). Consensus on quality indicators to assess the organisation of palliative cancer and dementia care, applicable across national healthcare systems and selected by international experts. *BMC Health Services Research*, 14(396), 1-10. Doi: 10.1186/1472-6963-14-396
- Powell, C. (2003). The Delphi technique: myths and realities. *Journal of Advanced Nursing*, 41(4), 376-382.
- Shaw, K. L. et al (2014). Prognostic indicators for children and young people at the end of life: a Delphi study. *Paliative Medicine*, 28(6), 501-511. Doi: 10.1177/0269216314521852
- Skulmoski, G. J., Hartman, F. T. y Krahn, J. (2007). The Delphi method for Graduate Research. *Journal of Information Technology Education*, 6, 1-21.
- Tizón, J., (2013) *Pérdida, pena, duelo: vivencias, investigación y asistencia*. Barcelona, Herder.
- Urkijo, X., (2009) "Las víctimas del terrorismo practicado por incontrolados, grupos de extrema derecha y el GAL" en Duplá, A. y Villanueva, J. (coords), *Con las víctimas del Terrorismo*. Donostia, Gakoa.

Biografía

Luisa María Cervantes Duarte es Máster en Intervención Psicopedagógica del departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidad de Granada, España. Correo electrónico: cervantes.duarte.l@gmail.com.

Pensando al docente como agente de transformación para una sociedad de paz. Necesidad de cultivar el pensamiento crítico y la praxis propositiva

The Educator as an agent of transformation for a society in peace. The need for critical thinking and propositive praxis

María Jesús Vitón de Antonio, Universidad Autónoma de Madrid
Daniela Gonçalves, ESE de Paula Frassinetti; CEDH da UCP, Oporto

Resumen

El ejercicio de responsabilidad interdependiente y ecodependiente (Riesman, 2012) en un mundo convulso y violentado exige del docente universitario hacerse como agente transformador, un contribuyente a la paz, al apropiarse de su vida pedagógica, como vida comprometida con el pensamiento crítico y la democratización de las relaciones en la acción dialógica implicada en su tarea. Supone integrar un saber de forma sistémica, en un escenario ecológico participando en la dinamización del diálogo con los otros en incesante reflexión. Concreta otra forma de entender la educación universitaria frente al modelo convencional. La duda, la sospecha, son el presupuesto imprescindible para desencadenar el pensar, aprender, reflexionar, enseñar, interpretar y, finalmente, construir significados, individuales y colectivamente. Como articulador de saberes, prácticas y conocimientos (Perrenoud, 2013) hace posible el desarrollo de una praxis pedagógica reflexiva (Vitón y Gonçalves, 2014) con y para el desarrollo humano integral y sostenible. Como docentes de la Educación Superior potencia una nueva cultura en la nueva ecología cognitiva para recrearse como sujeto (Toraine, 2005) autónomo y corresponsable con su mundo. La reflexión pedagógica de las realizaciones se integran reordenando los vínculos (de enraizamiento, individualidad, identidades) y en la relación espacio-tiempo y con el sentido de disyunción/supresión de Giddens (1998), comprensible con la propuesta explicativa de M. Castells (2001), en torno al “espacio de flujos” (de capital, información, tecnología, imágenes) y de su simbólicismo “red”.

En relación a los estilos de vida fluidos, expansivos, competitivos, multirreferenciales, sin un centro determinado, inaugurados por la sociedad del conocimiento, y en las que se sucedieron nuevas configuraciones de racionalidad, designadas bien por “rizoma” (Deleuze), por “heterotopía” (Foucault) o por “complejidad” (Morin, 2005), comprometemos una dinámica formativa transformadora y en aras a contribuir a una cultura de paz para favorecer la integración del pensamiento crítico y la realización de praxis innovadoras colabora en países de África y América Latina.

Palabras clave

Docente; pensamiento crítico; conocimiento complejo; trabajo colaborativo; educación superior.

Abstract

The exercise of interdependent and Eco-dependent responsibility (Riesman 2012) in a convulsive and violent world demands that educators must become agents of transformation and must contribute to make society peaceful. In order to do this, they must center their pedagogical activities to include a life of dedication to critical thought and democratization of dialogue which is implicated in their tasks. This requires the integration of systematic knowledge in an ecological setting and participation in the

dynamics of constant reflection in dialogue with others. It leads to a new way of understanding university education as opposed to the conventional model. Doubt and suspicion are necessary suppositions to produce thought, understanding, reflection, teaching and interpretation and they enable the building of both individual and collective significations. Educators, as articulators of knowledge and experience (Perrenoud, 2013) make the development of the reflective pedagogical praxis (Vitón y Gonçalves, 2014) possible with and for integral, sustainable human development. As educators of higher education we must promote a new culture in the new cognitive ecology to recreate ourselves as autonomous and responsible subjects (Toraine, 2005) in this world. The pedagogical reflection of these realizations is integrated by reorganizing the links related to (roots, individuality and identity) in the relation of time-space and also with the sense of disjunction/suppression Giddens (1998). This is understandable given the explicative proposal of M. Castells (2001), about “the space of flows” (capital, information, technology, images) and his symbolic “network”.

Fluid, competitive, and multi-referential life styles with no specific center were inaugurated by the society of knowledge and led to new configurations of rationality, called “rhizome” (Deleuze,) or “heterotopathy” (Foucault,) or “complexity” (Morin, 2005). Thus, we are obligated to a new formative, transformational dynamic to contribute to the culture of peace, with special emphasis on African and Latin American countries highlighting the integration of critical thought and the carrying out of innovative praxis in collaboration with African and Latin American countries.

Keywords

Educators; critical thought; complex knowledge; collaboration; higher education.

Introducción

Vivimos un tiempo y un espacio de gran prosperidad en lo que se refiere a la creación tecnocientífica. La definición de nuevos e imprevisibles contornos tecnológicos, sociales y culturales, como consecuencia de las tendencias de una sociedad de la información y de la comunicación, presuponen nuevos abordajes educacionales, reclaman nuevas teorías y metodologías, y promueven nuevas relaciones entre los intervinientes del proceso educativo. Además este ambiente revela el potencial educativo que las herramientas tecnológicas pueden presentar cuando están integradas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, pero exige especial cuidado en los contextos de aprendizaje (Alexander, 2006; Beldarrain, 2006; Seitzinger, 2006; Anderson, 2007), así como en los requisitos epistemológicos a considerar en la modelización del aprendizaje.

De este modo buscamos, por una parte, evidenciar presupuestos epistemológicos y, por otro lado, repensamos el ejercicio del aprendizaje transformador y nos situamos en el marco de los análisis de las agendas post-2015. Además de la consideración de tareas pendientes para afrontar desafíos formativo en el ejercicio de una docencia democratizadora (Vitón y Gonçalves, 2014) del conocimiento como aporte sustancial a ser generadoras de una cultura de paz. Pues, aún siendo muchas las declaraciones de

intenciones en términos de avanzar en equidad y calidad durante el periodo 1990-2015, los balances actuales señalan crecientes efectos de desigualdad y de sus impacto en el logro de una calidad educativa para todas y todos (UNICEF, 2014).

Tomando en cuenta este contexto y la reflexión del modelo de acción y actuación con criterios transformadores, vivos en nuestra experiencia, sistematizamos en la aportación dos claves:

1. Los presupuestos epistemológicos del docente como agente de transformación en una sociedad de paz.
2. Las líneas de trabajo de su acción formativa para ser constructor de una cultura de paz con una praxis democratizadora.

1. Docente como agente de transformación para una sociedad de paz

Vivimos, a nuestro entender, en una nueva época del verbo griego *manthánein*, ya que éste puede significar tanto el aprender, como el ver y el enseñar. En otras palabras, y en un lenguaje marcadamente Aristotélico en cuanto a la valoración/gradación progresiva de construcción del conocimiento, vivimos en una época en que cada sujeto está motivado a experimentar por sí mismo y construir su saber productivo a través de una diversidad de herramientas a partir de “ambientes” que convocan un saber práxico. Por esta vía se construye, un saber teórico o científico. La comunicación y colaboración en la “red” y con la “red” va configurando, progresiva y positivamente, un discurso fundamentado en el descubrimiento, en la invención y en la creatividad, propio del tiempo presente, porque, tal y como recuerda Michel Serres (1993:108), “*Só a descoberta desperta. Só a invenção prova que se pensa de verdade a coisa que se pensa, seja lá qual for essa coisa... Só o sopro criativo dá vida, pois a vida intenta* [Sólo el descubrimiento despierta. Sólo la invención prueba que se piensa de verdad la cosa que se piensa, sea cual sea esa cosa... Sólo pues el soplo creativo de la vida, la vida intenta]”.

Para comprender el impacto del acto educativo en estos nuevos ambientes de aprendizaje se vuelve necesario reinventar cuadros de comprensión alternativos al de la inteligibilidad tradicional, y evocar una nueva racionalidad que, no obstante, se apoya en la razón que unifica y une coherentemente todos los fenómenos, por lo que debe saber dialogar con lo real sin querer agotarlo en un sistema lógico de totalización. Como recuerda Edgar Morin, la inteligencia humana es ciega y progresa conjuntamente con

los conocimientos: “la causa profunda del error no está en el error de facto (falsa percepción) o en el error lógico (incoherencia), sino en el modo de organización de nuestro saber como sistema de ideas (teorías, ideologías.” (Morin, 1991: 13-14). Abogando la necesidad de un pensamiento complejo y fortaleciendo instrumentos conceptuales adecuados a su comprensión, Morin rechaza una visión tradicional de la ciencia y de la construcción del conocimiento en el cual todo es determinismo y donde no hay sujeto, consciencia o autonomía. Hay que crear un ambiente, o en sus palabras, “un universo donde lo que se crea, se crea no solo en la oportunidad del desorden, sino en los procesos auto-organizadores; es decir, donde cada sistema crea sus propias determinaciones y sus finalidades[...]” (Morin, 1991: 17), para que el sujeto aparezca en su autonomía. Aprender es, entonces, un proceso creativo que se auto-organiza.

En ese sentido, se puede afirmar que, en los ambientes de aprendizaje, el orden en el conocimiento y la reconfiguración del propio sujeto, emergen de la relación que éste tiene con la “red”, fruto de un proceso que articula las tres causalidades propuestas por Morin (1991: 124-127): una causalidad lineal (una causa que produce determinado efecto; por ejemplo, la resolución de un problema que hace pasar a un siguiente nivel); una causalidad circular retroactiva (el efecto regulador de su aprendizaje; por ejemplo, cuando el mejor o peor *feedback* proporcionado por otros genera una determinada respuesta); y una causalidad recursiva (en este proceso, los efectos y los productos son necesarios al proceso que los genera; en el caso de la “red”, el conocimiento colaborativamente construido en la red puede convertirse en fuente de producción de nuevos conocimientos).

En esta dinámica en red, el sujeto es pensado como ‘objeto’ o como ‘sujeto’ del propio conocimiento. En la relación sujeto-objeto, la complejidad conocimiento y expresión del lenguaje, en la *Tecnópolis*, hay que considerar que el sujeto cognoscente convertido en objeto de su conocimiento se da en el deseo de permanecer como sujeto capaz de autonomía (Morin, 1991).

Entonces, ¿qué significa aprender? Las neurociencias parecen dar razón a una nueva forma de aprender dominada por la propiedad emergente de la auto-organización de la vida. Scott Kelso (1995) apunta en ese sentido al afirmar que el cerebro humano es fundamentalmente un sistema auto-organizativo formador de patrones, gobernado por leyes no-lineales y dinámicas en estados inestables, y que en los tránsitos en umbral acontecen las conexiones flexibles y rápidas. Nos dice:

Creo que la llave para entender lo que significa aprender consiste en extender la teoría de la auto-organización en los sistemas de no-equilibrio, de manera que particularmente se incluyan los conceptos-clave de dinámica intrínseca (por ejemplo las tendencias espontáneas de coordinación preexistentes en el individuo) y de las influencias paramétricas específicas (es decir, nuevas modificaciones debido a, por ejemplo, el ‘clima’ de la clase) que actúan sobre esa dinámica (Kelso, 1995: 163).

En estas consideraciones, se puede afirmar que aprender no se limita a reforzar trazos de memoria o conexiones sinápticas entre *inputs* y *outputs*, sino que se modifica todo el sistema. Al aprender algo nuevo, el cerebro va creando estados generales novedosos cualitativamente desarrollando una especie de “morfogénesis del conocimiento”. Tal vez una de las ‘cegueras’ de la concepción tradicional sea la ignorancia de las potencialidades de nuestro cerebro-mente para construir experiencias cognitivas y sociales multi-referenciales estructuralmente abiertas y relacionamente complejas, y negando la plasticidad del cerebro-mente y la elasticidad de mundos de sentido, sin contar la emergencia de nuevas redes de significación y el uso de los múltiples lenguajes y su transformación. Compartimos con Siemens (2006) la necesidad de cambiar la forma de entender y entendernos como seres de conocimiento. Tomando conciencia de profundos cambios históricos¹ donde la (re)estructuración en función del conocimiento, nos identifica como co-creadores y no consumidores de conocimiento. Establecemos conexiones, compartimos, seleccionamos, recombinamos y personalizamos. Esta dinámica nos exige, como docentes, empoderarnos de una co-reflexión compleja como ejercicio en el compromiso de una práctica donde el desarrollo del conocimiento sinérgico conlleva propiciar modificaciones en la forma de resolver conflictos, al tomar conciencia y ampliar consciencia de lo conectado en juego.

En esta dirección es fundamental, como investigadores prácticos en el trabajo situado del aula, hacer de su espacio privilegiado de aprendizaje una significación que favorezca la interconexión en lo cotidiano, que acontece y experimentamos con formas nuevas de sentirnos o vincularnos con lo vivo, su cuidado y corresponsabilidad, en la realidad-mundo inequitativa, violentada por colonizaciones del pensamiento, cuya racionalidad instrumental desvirtúa la paz.

¹ Al igual que supuso el paso en la sociedad industrial

2. Las líneas de trabajo de su acción formativa para ser constructor de una cultura de paz con una praxis democratizadora

Ante el potencial educativo transformador, y la constatación de prácticas que niegan el quehacer formativo que implica un trabajo en la línea que propone Galtung (2006), la tarea pedagógica tiene como reto fundamental hacer de la pregunta una recreación constante situada en la realidad vital, para hacer de la construcción de una cultura de paz una corresponsabilidad desde nuestras formas de vivir los procesos de transformación en las que nos podemos situar como agentes de paz, al cultivar un aprendizaje nuevo con el tratamiento del conflicto para resignificar interrelaciones. Ello nos exige desarrollar, junto al pensamiento crítico, la competencia reflexiva y autocomprensiva para transitar en cambios que pasan a otra manera de concebir y relacionar los saberes intelectivos con las experiencias intersubjetivas de interacción y construcción colectiva de un conocimiento. Se trata de operativizar una descolonización de los esquemas imperantes, en la línea de la propuesta de Santos (2010), haciendo posible el avance en una proyección formativa, que se concreta como praxis que atiende integradoramente el diálogo de las dimensiones conceptuales, procedimentales y actitudinales, en un esquema sistémico mente-entorno analizada en una dinámica dialéctica situado en lo que pasa como real. Haciendo posible la interconexión de la paz con el desarrollo de cambios en la resolución de los conflictos inherentes a la vida, y fortaleciendo el aprendizaje resiliente (Grotberg, 2006) al afrontar la crisis elaborando la deconstrucción y reconstrucción de relaciones, significaciones y atribuciones, con las que avanzar en una auto-construcción y construcción compartida, y democratizarte en el sentido más profundo de la red de interacciones que nos teje.

En este horizonte el proceso formativo implica hacer de la acción pedagógica una mediación potente de configuración grupo-clase, como sujeto colectivo que elabora su pensamiento a partir de la interactividad de lectura múltiples y debates deliberativos-reflexivos que hacen posible modificaciones en la forma de comprensividad entre lo que nos ocurre y nos conflictúa, y la acción *enativa* desarrolladora de articulaciones nuevas intersubjetivas, y producción de conocimiento para generar cultura de paz.

Considerando esta práctica como el procedimiento que va ejercitándose con la mediación del docente, se logra que cada sujeto y el conjunto, potencien su sentido vital en un proyecto de co-creación que, a distintas escalas, da alcance al desarrollo competencial transformativo personal, social y cívico con incidencia en cambios relacionales claves para construir paz. Tomada ésta como eje en la que situar desarrollo,

equidad y calidad de vida, pueda ser motor para llenar de sentido los ciclos formativos como ciclos abiertos a la vida, para analizar los acontecimientos de aprendizaje en el aula, como el mejor recurso para fortalecer a quien, como sujeto, desarrolla su pensamiento propio, apropiando críticamente los marcos programáticos institucionalizados y logrando renegociar actuaciones transformativas con las que se transforma en garante constructor de paz.

Esta propuesta creemos que tiene la potencia de desencadenar un proceso que se va formando, al tomar forma desde el paradigma de la vida, un cambio paradigmático, en la línea que reflexiona Villasante (1997), y con el que pasamos de ser actores de espacio de objetivación, simplificación, a ser sujetos de conocimiento en tiempos complejos, interaccionando en la consciencia de la potencialidad transformativa de la:

1. Reflexibilidad transitando del posicionamiento distante entre observador y lo observado a una postura co-implicada intersubjetiva, como productores de conocimiento en la experiencia vivida, recreando la construcción de relaciones de paz.
2. Complejidad al dar sentido y razón a los procesos, en lógica de oportunidades y relaciones abiertas, creando cambios y ampliando consciencia de seres en transformación.
3. Interconexión de iniciativas, indagación y experiencias en diálogo con múltiples lenguajes para desarrollar conciencia crítica y proactiva en una línea *enativa* (Varela, 2006).

En esta dirección se amplía el horizonte de un aprendizaje sujeto a un proceso durante toda la vida (paradigma E.U), y sujetado a una praxis social y cívica en la que los “otros distantes” nos cuestionan dando oportunidad al análisis autocrítico y el pensamiento fluido (O’Brien, 2003), con el que cultivar como trabajadores culturales (Giroux, 1990) una sociedad de paz, clave de una educación transformadora, al hacer del conflicto un lugar habitado de reflexión y para el desarrollo de nuevos entramados, al ejercitar la negociación, el consenso y los acuerdos. A fin de incidir significativamente en democratizar el espacio formativo en la cotidianidad profundizando interactivamente en la transformación y estimular a convertirnos en sujetos conscientes del devenir.

Conclusiones

Los desafíos del docente como agente de transformación para una sociedad de paz pasan, en las experiencias formativas, por concretar un quehacer pedagógico que nos reta a implementar recreativamente mediaciones sinérgicas a fin de lograr, con una metodología crítica-reflexiva, competencias alargadas, -extendidas-, tratando de interaccionar focos que llenan de significación la noción de paz. Supone para los docentes una formación continua centrada en ciclos abiertos y atravesada por una reflexión crítica colectiva orientada por tres tipos de conocimiento (Costa, 2014) que se retroalimenten para la construcción de éste de manera intersubjetiva:

- a. Incorporado (*embodied*): conocimiento producido o adquirido por los actores.
- b. Inscrito (*inscribed*): conocimiento producido, adaptado, recreado, circulando en el interior de las relaciones y en procesos transformativos
- c. Expresar enativo (*enacted*): evidenciando acciones de formación y en formación.

Clave para ello es hacer posible una interacción colaborativa como mediación del trabajo compartido y situado que haga posible un ejercicio continuo de dialogo con los otros y otras para afrontar la complejidad de sus realidades sentidas y padecidas y avanzar en la construcción de una intersubjetividad productora de conocimiento y generadora de pensamiento crítico.

Desde estos retos, se hace necesario un compromiso decidido por parte de los docentes con los espacios y tiempos en donde interactúan como educadores, a fin de cultivar una interacción colaborativa generadora de cultura paz. Cultura en la que se pueda experimentar el desarrollo profesional, como desarrollo compartido y situado en los marcos institucionales donde de manera corresponsable se coevalúa y monitorea para su profundización y coherencia. Se requiere no sólo de fomentar el pensamiento crítico sino el desarrollo de praxis propositivas autocríticas. En este sentido, es fundamental considerar la disposición de hacer de la experiencia en la cotidianidad una continua recreación pedagógica para desarrollar condiciones, donde la emergencia de lo nuevo y la emancipación de las personas, fortalezcan la construcción democratizadora de una vida compartida para un disfrute de los bienes (Paro, 1998) en equidad. Y como

sujetos de derechos, responsabilidades y cuidados (Vitón, 2013) hagan de la reflexión y la recreación de las prácticas dinámicas de transformación liberadora.

Bibliografía

- Afonso, N. y Costa, E. (2014). Knowledge moves: Transition and fluidity in the policy process. In Freeman, R. & Sturdy, S. (Orgs.), *Knowledge in Policy: embodied, inscribed, enacted. Studies of health and education in Europe*. UK: Policy Press.
- Alexander, B. (2006). Web 2.0: A new wave of innovation for teaching and learning, *EDUCAUSE Review*, 41(2), 32–44.
- Anderson, T. (2005). “Distance learning social software’s killer ap?”, ODLAA 2005 Conference, Australia, Recuperado de <http://www.unisa.edu.au/odlaaconference/PPDF2s/13%20odlaa%20-%20Anderson.pdf>
- Beldarrain, Y. (2006). Distance Education Trends: Integrating new technologies to foster student interaction and collaboration, *Distance Education*, 27(2), 139 – 153, Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/01587910600789498>
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1995). *Mil platôs capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Coleção TRANS.
- Foucault, M. (1966) *Les mots et les choses*. Paris: Gallimard.
- Fullan, M. (2002) *Los nuevos significados del cambio en la educación*. Barcelona: Octaedro.
- Galtung, J. (2006). *Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Gernika: Bakeaz-Gernika Gogoratuz.
- Giroux, H. (1990). *Los profesores como intelectuales hacia una pedagogía crítica del aprendizaje*. Barcelona: Paidós.
- Grotberg, R.H. (2006). *La resiliencia en la mundo de hoy: como superar las adversidades*. Barcelona: Gedisa.
- Kelso J. A. S. (1995). *Dynamic patterns: the self-organization of brain and behavior*. Cambridge, MA: MIT Press
- Morin, E. (1991). *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- O’Brient, T. y Guiney, D. (2003). *Atención a la diversidad en la enseñanza y el aprendizaje*. Madrid: Alianza.
- Paro, V.H. (1998). A gestão da educação ante as exigencias de qualidade e produtividade da escola pública. En Silva, L.H. (org.), *A escola cidadã no contexto da globalização* (pp. 300-307). Petrópolis: Vozes. Recuperado de: http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/sem_pedagogica/fev_2010/a_gestao_da_educacao_vitor_Paro.pdf.
- Perrenoud, Ph. (2013). *Cuando la escuela pretende educar para la vida*. Barcelona: Grao.
- Prensky, M. (2001), *Digital Natives Digital Immigrants*, disponível em <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Santos, B.S (2010). *Descolonizar el saber. Reinventar el poder*. Montevideo: Trilce.
- Toraine, A. (2007). *La mirada social*. Barcelona: Paidós.
- Varela, F. (2006). *Conocer*. Barcelona: Gedisa editorial
- Villasante, T. (1997) Sociopraxis para la liberación. En Goikoetxea, P. (Coord.), *Ensayos de Pedagogía crítica*. Madrid. Editorial Popular.

- Vitón, M.J. (2013). *Diálogos con Raquel. Praxis Pedagógicas y reflexión de saberes para el desarrollo educativo en la diversidad cultural*. Madrid. Editorial Popular.
- Vitón, M.J. y Gonçalves, D. (2014) (En prensa). Teaching in Higher Education: Reflections on knowledge and transformative learning. En Santos J.(Coord), *Special topics in higher education*. Florida. Journal of alternative perspectives of social sciences.

Biografía

María Jesús Vitón es Profesora Titular del Departamento de Didáctica y Teoría de la Educación en la Facultad de Formación de Profesorado y Educación de la Universidad Autónoma de Madrid. Imparte docencia en Grado y Postgrado en las materias de Teoría y Política de la Educación, Educación para el Desarrollo transformaciones sociales y Desarrollo Profesional Docente y Metodología de la Investigación. Desarrolla como líneas de investigación el tratamiento de políticas públicas y equidad, la intervención pedagógica innovadora y construcción de procesos de transformación socioeducativa y formación del educador como investigador reflexivo. Cuenta con numerosas publicaciones en el marco del desarrollo educativo de la Equidad y la política pública. Colabora con el máster universitario en Gobierno y Administración Pública del Instituto Universitario Ortega Gasset y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Miembro titular de FLACSO- España y del Observatorio de Política Exterior (OPEX). Participante de sesión seguimiento E.p.T. Paris. UNESCO (2011). Miembro de la Comisión de Publicaciones del Vicerrectorado de Investigación-Universidad Autónoma de Madrid y de los Comités científicos de distintas revistas como: Enseñanza & Teaching- Revista Interuniversitaria de Didáctica, Revista Iberoamericana de Educación-O.E.I. Participante del equipo de evaluación, entre otras, de las Revistas Iberoamericana de Educación (O.E.I.) Polis - Universidad Bolivariana (Chile), Perfiles (UNAM- México). Correo electrónico: gonzacoban@gmail.com.

Daniela Gonçalves. Atualmente é coordenadora do Departamento de Formação de Professores, Diretora do curso de Mestrado em Educação Pré-Escolar e Ensino do 1º Ciclo do Ensino Básico e Presidente do Conselho Pedagógico da Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti onde é professora-adjunta desde 2004. Licenciada em Filosofia e Mestre em Filosofia Moderna e Contemporânea pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, possui uma pós-graduação em Supervisão Pedagógica e Formação de Formadores. Entre 2006 e 2010 completou um Diploma de Estudos Avançados em Análise e Intervenção Educacional e o Doutoramento em Teoria e História da Educação na Faculdade de Ciências da Educação – Ourense - da Universidade de Vigo. É investigadora no Centro de Estudos em Desenvolvimento Humano da Universidade Católica Portuguesa e a sua área de investigação e toda a sua produção científica centram-se na Supervisão Pedagógica, em Teoria da Educação e na Tecnologia Educativa. Acompanha, pedagogicamente, várias escolas na região do grande Porto, exerce funções de Perita externa no Agrupamento de Escolas do Cerco e integra equipas de avaliação externa às escolas com a Inspeção Geral da Educação e Ciência em Portugal. É ainda Coordenadora do 1º Ciclo do Ensino Básico no Colégio Novo da Maia. Correo eletrônico: daniela@esept.pt.

Formación Democratizadora e investigación educativa reflexiva. Contribuciones de procesos de cooperación para el desarrollo en la construcción de la paz

Democratic Training and reflective educational research. Contributions of cooperation processes for the development of peace building

María Jesús Vitón de Antonio, Universidad Autónoma de Madrid

Práxedes Muñoz Sánchez, Universidad Católica de Murcia

Juan Benito Martínez, Universidad de Murcia

Resumen

La reflexión sobre las experiencias de trabajo etnográfico y de investigación desarrolladas en diferentes contextos formativos, dentro y fuera del aula, en instituciones de Guatemala (S. Martín de Jinotepequec y Sololá), México (Tabasco y Veracruz), Madrid y Murcia nos permiten analizar las lecciones socioeducativas aprendidas, en el ejercicio democratizador y transformador. El trabajo de campo se ha realizado desde la etnografía colaborativa en la búsqueda de la doble reflexividad; esto ha permitido rescatar las estrategias de reconstrucción de comunidades en cambio. La estrategia metodológica integra, a partir de los diversos contextos educativos el desarrollo de procesos crítico-reflexivos, desde la perspectiva etnográfica. Para ello, se realiza una observación sistemática y participante, entrevistas en profundidad y grupos de discusión, talleres formativos y encuentros virtuales y presenciales.

Comprobamos en esta interacción de saberes, un desarrollo formativo significativo en:

- a. Comprensión crítica de los conflictos en el marco de la violencia estructural,
- b. Análisis reflexivos de indagación de las causas y las tendencias en relación a las crecientes inequidades y agresiones al Medio Ambiente (PNUD, 2010-2014).
- c. Realización del quehacer ciudadano comprometido con la paz potenciando desarrollo humano, integral y sostenible como también fortaleciendo procesos de:
 1. Seguimiento a la corresponsabilidad entre los actores y agentes educativos en el territorio para que como sujetos políticos comprometidos con el desarrollo sistémico asuman los cambios transformadores de sus prácticas como profesionales y ciudadanos frente a conflictos.
 2. Integración de una Educación intercultural- bilingüe- de calidad con equidad atendiendo la igualdad en la diversidad étnica y genérica (Vitón y Del Campo, 2012).
 3. Organización de equipos como prácticos investigativos (Giroux, 1997), para, desde un liderazgo situacional (Vitón y Gonçalves, 2014), acompañar pedagógicamente las praxis y empoderar comunidades, sujetas de sus políticas-educativas locales y regionales con pensamiento crítico y propositivo en el planteamiento político de buen vivir como agentes de cultura de paz.

Palabras clave

Educación para el desarrollo; etnografía reflexiva; ciudadanía; comunidad; cultura de paz.

Abstract

The reflection on the experiences of ethnography and action-research developed in different learning contexts, inside and outside the classroom, in Guatemala (S. Martín Jinotepeque and Solola), Mexico (Tabasco and Veracruz), Madrid and Murcia institutions, allow us to analyze the socio-educative lessons learned in the democratic and transformative exercise. Fieldwork was conducted from collaborative ethnography in search of double reflexivity; this has allowed to rescue the rebuilding communities' strategies instead. The methodological strategy integrates, from various educational contexts, the developing critical-reflexive processes, from an ethnographic perspective. Developing systematic and participant observation, interviews and focus groups, educational workshops and virtual and face meetings. We check in this interaction of knowledge, a significant formative development in:

- a. Critical understanding of conflicts within the framework of structural violence,*
- b. Inquiry thoughtful analysis of the causes and trends of growing inequities and aggression to the Environment (UNDP, 2010-2014).*
- c. Realization of citizen activity committed to peace, enhancing human, comprehensive and sustainable development, strengthening processes of:*
 - 1. Follow the co-responsibility between the actors and educators in the territory for as political subjects committed with the systemic development, assume as professionals and citizens from conflict transformational changes of their practices.*
 - 2. Integration of an intercultural bilingual-education as equitable based on ethnic equality and generic diversity (Viton and Del Campo, 2012).*
 - 3. Organization research teams as practical (Giroux, 1997), for, from a situational leadership (Viton and Gonçalves, 2014), accompany pedagogical praxis and empower communities, subjects of their local and regional political-educative with a critical and proactive thinking in the political approach of good living as agents of peace culture.*

Keywords

Development education; reflexive ethnography; citizenship; community; peace culture.

Introducción

Las experiencias reflexionadas en el acompañamiento de procesos de desarrollo comunitarios desde su dimensión educativa nos permiten trazar los puntos sobre los que gira el sentido del tratamiento de la “Educación para el desarrollo” en contextos formativos complejos. Se trata de un sentido que da razón a profundizar en una formación centrada en el análisis crítico reflexivo, desde el cual se elaboran y reelaboran propuestas de intervención que con un carácter transformador, pretenden ser facilitadoras del empoderamiento del sujeto colectivo como sujeto político que, como generador de una cultura de paz (Martínez Guzmán, 2010), promueve un desarrollo con equidad, lo que supone afrontar los conflictos de los desequilibrios crecientes reflejados en las agendas participativas post-2015, en diálogo para rutas de trabajo. Es por tanto el trabajo educativo un quehacer que se liga al desarrollo, y éste se interrelaciona con la

deconstrucción y reconstrucción de conocimiento al posibilitar una perspectiva crítica emancipatoria para, desde un enfoque de derechos, fortalecer la participación como agente de transformación en sus comunidades articuladas en una realidad mundializada, y sumergidas en contradictorias dinámicas de las tendencias neoliberales (Santos, 2010).

1. Claves de intervención en el desarrollo desde la dimensión educativa

Siendo importantes los espacios y momentos en los que se pueden llevar a cabo esfuerzos educativos que hacen posible el debate, la construcción de conocimiento, y la conciencia reflexiva sobre los estados de avance de los procesos de intervención en desarrollo, y el papel de la educación en ellos, es fundamental contar con un aporte pedagógico de carácter praxiológico (Elliot, 2000) que contribuya, con un ejercicio de análisis-síntesis, a repensar desde la esencia compartida del desarrollo y la educación. Esto último no es otra que lograr el empoderamiento de las personas como sujetos individuales y colectivos para generar buenas condiciones de vida, en igualdad de oportunidades, para que todos puedan desplegar el conjunto de potencialidades con la emergencia de aprendizajes democratizadores compartidos en un horizonte de paz.

En este marco de finalidades educativas y mediaciones pedagógicas para el desarrollo, co-implicadas dialécticamente en un proceso de aprendizaje pretendidamente transformador, se sistematizan un conjunto de análisis articuladores para recrear síntesis que hagan de renovados espacios formativos, lugares de reflexión para mejorar las intervenciones en contextos conflictuados por las crecientes asimetrías, provocadoras de contradicciones en el desarrollo de la vida democratizadora en un proyecto político del buen vivir (Atmann, 2013).

Por otro lado, en medio de una realidad educativa que tantas veces sofisticada los medios y simplifica los fines, el creciente debate sobre el aprendizaje competencial, nos permite volver la mirada hacia aquellas adquisiciones claves, de autonomía y comprensividad, requeridas como ciudadanos y profesionales en el contexto del siglo XXI para hacer posible la equidad como igualdad compleja. En este desafío societal repensamos el desarrollo de capacidades y despliegue de habilidades para la vida, tomando en cuenta que las acciones formativas sean articuladoras de:

1. Cambio, como organizador contextual para pensar transformaciones situadas en territorio (Fullan, 2002).

2. La educación y su desarrollo emancipatorio para, en un marco de derechos, reflexionar críticamente las actuaciones para el empoderamiento de los sujetos.

3. La articulación pedagógica del proceso del desarrollo para dar a la dimensión educativa de éste un sentido para fortalecer la comunidad en la lógica local- global.

En este sentido, y desde este aporte, los educadores, como pedagogos del desarrollo, pueden encontrar la orientación del quehacer de acompañantes de un aprendizaje de fomento de la comprensividad compleja (Morín, 2001) para, operando interdisciplinariamente, generar cultura de paz (Martínez Guzmán, 2010) al generar los requerimientos de un desarrollo humano, integral y sostenible. Ello puede realizarse en la medida que se reflexiona operativamente la potencialidad del acto educativo para estimular un aprendizaje crítico y reflexivo desde la vida y para la vida. Desde la vida, en la naturaleza de diversidad cultural que la atraviesa; y para la vida, en el desafío de hacerla sostenible, equitativa y pluricultural. Son estas nociones las que están declaradas y aprobadas por la UNESCO en 2001 y son centrales en la perspectiva del desarrollo¹. En esta orientación de la reflexión consideramos tres puntos para dar dirección a las acciones formativas para el desarrollo desde una educación emancipadora.

1. Despertar el interés por encontrar sentido en los procesos de desarrollo al quehacer educativo, al situar la necesidad de la apropiación de transformaciones en una perspectiva pedagógica estratégica.
2. Dimensionar el quehacer del trabajo formativo y transformador en el marco del desarrollo, como un proceso que tiene en cuenta tres grandes momentos:
 - a. El momento de la acogida de necesidades, puntos de vista, etc.,
 - b. El momento del acompañamiento para la emergencia de los potenciales y la construcción de conocimientos (no sólo cognitivos), y

¹ La declaración Universal de la UNESCO sobre diversidad cultural (2001) adoptada por la ONU, no sólo ha condensado buena parte de los reclamos de las naciones y grupos étnicos en situación vulnerable, y ha abierto un escenario para proyectos y apuestas por un desarrollo más justo y equitativo. Y es que desde finales del siglo XX e inicio del nuevo milenio, la diversidad cultural aparece como noción central en las perspectivas del desarrollo humano y comienza a impactar de manera muy significativa en distintos ámbitos de conocimiento, como es el educativo.

- c. El momento de facilitar articulaciones entre los distintos esfuerzos e iniciativas, favoreciendo y posibilitando las sinergias de las distintas potencialidades de personas, situaciones, etc.
- 3. Situar en los contextos de desarrollo al educador como un aprendiz de la gestación y gestión de interacciones complejas, al trabajar las articulaciones potenciadoras del pensamiento sinérgico, para concretar actuaciones pertinentes con las que incidir en los procesos de construir comunidad de saberes, conocimientos y prácticas democratizadoras de la vida. Para ello es importante situar como mediación pedagógica una trama de ejercicios con la que dimensionar elementos y relaciones:
 - a. Estratégicas, para propiciar cambios de posición al propiciar un debate reflexivo de las condiciones de vida en una cultura de paz,
 - b. Necesarias, para lograr en medio de los conflictos de las desigualdades crecientes la atención a las diferencias para lograr una igualdad, y
 - c. Interesantes, para favorecer el despliegue de potencialidades para desarrollar un proyecto de vida como proyecto de vida compartido.

2. Enfoque de las acciones formativas como línea educadora emancipatoria

Tras esta revisión de los intereses enfocados desde y para la educación del desarrollo, reconocemos las acciones formativas que promueven la emancipación como guía de intervención en cada escenario socioeducativo, en este caso reconocemos la importancia en:

1. Despertar cuestionamientos para la reflexión que proporcione criterios pedagógicos a fin de promover procesos de desarrollo críticos y emancipadores. Si son muchas las respuestas que podemos dar, son al menos tres los interrogantes que, a la luz de esta pregunta, nos podemos cuestionar posibilitando desde ellos un proceso de aprendizaje enfocado desde la pedagogía de la pregunta (Freire y Macedo, 1989).
2. Dimensionar la proyección formativa dando alcance a tratar desde un enfoque sistémico propuestas de compromisos en la acción de la comunidad.

3. Situar en los contextos diferenciales dados el tratamiento deliberativo, creando clima de construcción democratizadora del equipo de trabajo, desde fortalecer:
 - a. La experiencia de aprendizaje de co-pensar y cooperar en grupo a fin de construir una praxis crítica reflexiva de la tarea educativa en el marco del desarrollo.
 - b. La estructuración de procesos en ciclos de reflexión, indagación, reflexión y elaboración de propuestas, para implicar a la acción educativa, como el conjunto de actuaciones con pertinencia desarrolladoras de integralidad y sostenibilidad de cambios transformadores en el paradigma de la vida.

En el marco de este ejercicio reflexivo y metareflexivo, se experimenta hacer real el trazo de una línea de puntos de análisis crítico y autocrítico (Vitón y Gonçalves, 2014) donde sustentar la construcción de conocimiento con el que reelaborar las acciones y hacer de ellas procesos de mejora al incidir en el reconocimiento de lo que como “lecciones aprendidas” nos permiten un avance desde dentro de las experiencias. Además de reforzar el compromiso con la paz como compromiso con las realizaciones que supone el desarrollo con la comprensión, la empatía, la deliberación, el pacto, y los acuerdos asumidos para hacer posible del proyecto vital compartido espacios interconectados en las dimensiones micro y macro.

En esta perspectiva de formación de formadores y formadoras en el proceso democratizador de la vida, y enfocando la concreción de derechos (Vitón, 2013) desde un ejercicio de cuidado de lo común, contribuir a ser generadores de cultura de paz como cultura de desarrollo en equidad y para un buen vivir compartido. Al mismo tiempo, esta perspectiva amplía la mirada y la conciencia crítica en medio de una realidad en la que se agudizan las inequidades (ONU, 2013) y exige de una ética del cuidado (Vitón, 2012) a fin de avanzar en una cultura democratizadora, (Vitón, 2013) como referente que siempre revitaliza sentido para profundizar en la paz como referente de praxis en construcción para resolver el conflicto, la crisis y desarrollar mejoras en la vida de las personas.

De acuerdo a perspectiva este planteamiento, el quehacer educativo, como tarea procesual, implica hacer del compromiso reflexivo de la experiencia pedagógica acontecida ejercicios co-evaluadores autocríticos con los que nos hacemos cargo de

analizar nuestra propia práctica, como el mejor espacio para procesar los tiempos de aprendizaje como educadores que nos educamos juntos (Freire, 1997) al participar unidos de una co-creación de las condiciones que hacen posible la mejora. Al experimentar hacer en el proceso del desarrollo, un equipo de trabajo para generar tejido socioeducativo que vitaliza la comunidad, la vida pedagógica como vida para profundizar en dar alcance al logro de calidad educativa, pasa por centrar desde el centro de las necesidades y demandas, interrogantes para propiciar y sostener cambios adecuando acciones en una línea de actuación formativa que profundiza sobre las intervenciones, y así, hacer del ejercicio de aprendizaje, un ejercicio emergente y emancipatorio, que supone pararse, leerse, analizarse, contrastar e integrar nuevas transformaciones.

3. La etnografía reflexiva fomenta una educación para el desarrollo en la construcción por la paz

Desde los diversos escenarios educativos y comunitarios donde se ha reconocido este trabajo o vía de educar colaborativamente, enfocamos una etnografía reflexiva como el cauce para construir desarrollo a partir de co-reflexionar sobre los diversos saberes que hallamos en el encuentro “intergaláctico” dada la confluencia del enfoque universal y particular. En este sentido, se considera a cada participante como protagonista de los procesos emancipatorios profundizando en su conciencia como sujetos de derechos en una perspectiva individual y colectiva (Vitón, 2013).

Como se menciona en el apartado anterior, existen unas condiciones que abren espacios de reflexión. En este caso reconducimos a la vía de la etnografía como la vía para un conocimiento previo, procesual y con posibilidades a entender y proyectar las tendencias que se requiere en todos los ámbitos, unos más de urgencia por conflictos (bélicos, interestatales, desastres naturales, etc.), por prevención y otros no tan visibles (violencia de género, discriminaciones, pobreza estructural y dificultades económicas). Esto nos permite entender la dimensión holística-ecológica que nos ofrece la antropología como una perspectiva desde la cultura, ya que “siendo como es universal el ámbito de la cultura, toda práctica es concreta” (Díaz de Rada, 2010: 82).

Ángel Díaz (2010) reconoce que existen seis llaves “piezas maestras” en el aspecto cultural, enmarcadas en dificultades o identidades. Díaz (2010) nos habla del conjunto de reglas así como la descripción con las que las personas dan forma a su acción social, prácticas, donde destacamos la llave de las relaciones por su alta

complejidad y por tanto, sediento de reflexiones que reflejen una parte de las prácticas sociales, y cómo no, cotidianas y del ámbito privado, que dan cuenta de las múltiples acciones.

La opción del individuo en relación, es la encrucijada del diálogo de saberes (Dietz, 2012) que reconoce lo universal y lo concreto, la acción en relación, la práctica, el producto y la persona, en un espacio y tiempo (Díaz de la Rada, 2010: 101). Poner en juego estas llaves de la cultura y la sociedad, en cada lugar donde se realiza el trabajo de campo, reconstruye experiencias únicas e intransferibles, con necesidades de investigar desde la praxis con un sentido libre en cuanto a la diferencia sexual (Arnaus, 2010) y de quienes realicen la mirada de los saberes, cuya dificultad subyace en la difícil operatividad, imposible de competir con metodologías cuantitativas.

A ello sumamos un elemento clave de reflexión a partir de la experiencia, ya que la relación educativa es impredecible, rebelde e incontrolable (Ellsworth, 2005), y ante esto, la etnografía reflexiva permite dialogar de esta manera, en espacios unipersonales, plurales y/o comunitarios, y a la vez en estructuras pro-institucionales, co-institucionales y anti-institucionales, lo que nos permite recrearnos en espacios muy político, a la vez que manejados por estructuras de poderes fácticos e incluso invisibles. Como ejemplos tenemos en Guatemala² con la formación a líderes comunitarios, artesanas y educadores, en México³ con mujeres en la formación de líderes artesanas y municipales (Muñoz, 2014). En Murcia con mujeres africanas de origen inmigrante en su proceso de asociacionismo, estudios de saberes docentes en espacios de educación formal y no reglada con mediadores de la educación y estudiantes de magisterio en el Practicum. En Madrid con procesos de educación por el desarrollo en espacios cotidianos en la construcción de paralelismos entre espacios educativos en Guatemala y Madrid (Vitón, 2013). A continuación, se desvelan algunas consideraciones estratégicas singulares como prácticas para construir conocimiento desde la experiencia a partir de hacer protagonistas a los y las participantes de los procesos etnográficos.

3.1. Reflexiones para crear ciudadanías constructoras de comunidad. ¿La etnografía puede favorecer la construcción de ciudadanía?

Esto repercute en espacios comunitarios donde la política se percibe como conflictos para el cambio y cambio para el desarrollo. Muchas son perspectivas de

² Trabajo colaborativo con población indígena en Cobán, El Quiché y Ciudad de Guatemala.

³ Trabajo colaborativo en Tabasco con Mujeres de la Red Municipalista y artesanas de Tapotzingo. y mujeres de la sociedad civil que buscan espacios políticas fuera de partidos manipuladores.

resistencia y etnogénesis en función de realidades y situaciones de conflicto, de diferentes ídoles. Prácticas de investigación acción participante puede reconducir la propia etnografía en construir ciudadanía, solo en el espacio creado de autoescucha entre los y las participantes. Se requiere de un encuentro de saberes así como de facilitadores. Esta formación de etnógrafos en cada espacio, con formación académica o no, donde la alteridad se convierte en un objetivo de visibilizar, y la descolonización es necesaria para empoderar a cada participante. Solo en el proceso de reconocer la función de la comunidad en el concepto global, se va reconociendo la ciudadanía.

Para esto contamos con unas fases de diálogo y reflexión en cada contexto:

- 1.- Reconocimiento colaborativo de la realidad. Esta parte es muy extensa y requiere un compromiso de describir la realidad desde los múltiples prismas o miradas. A mayor complejidad mayor comprensión de cada contexto y sus tendencias, por lo tanto se requiere de una triangulación como calidad, reconocido cómo término de autenticidad (Gehrig y Palacios, 2014). En este estudio reconocemos estas pautas con un orden no establecido, si no, adaptado al proceso de la investigación e incluso de la inclusión de investigadores y participantes en la co-labor, y de esta manera:
 - a.- Triangular los datos desde los informantes: institucionales y sociedad civil (organizada y no organizada), así como entre mujeres y hombres y espacios de “paridad”.
 - b.- Triangular los métodos desde diferentes técnicas etnográficas: entrevistas en profundidad/historias de vida, cuestionarios semiestructurados y talleres de discusión (mujeres y/o hombres y mixtos).
 - c.- Triangular los datos desde los mediadores e investigadores que van a generar el conocimiento.
- 2.- El tiempo como proceso de encontrar conocimiento. Paciencia en la escucha, en el ir y venir al escenario, en entender a la persona novel tanto investigador como quien tiene el rol de participante, a la vez que construye el saber.
- 3.- Hacer partícipe al participante, desde sus opiniones y críticas, así como de escenarios culturales únicos que permean en la comunidad, mediante funciones o simplemente por permanencia, participante o no.

- 4.- Crear encuentros para compartir los pensamientos, las críticas y opiniones, y potenciar estos espacios para institucionalizarlos o simplemente aprovecharse del encuentro para otras múltiples necesidades⁴.
- 5.- Formalizar encuentros sobre los programas educativos para evaluar y descifrar donde se requiere un apoyo en una formación específica o un acompañamiento, y por qué no en la posibilidad de eliminar proyectos que han creado conflictos.

Este análisis permite conocer mucho de la formalidad institucional como del propio individuo, de sus pros y contras, de su militancia y de sus limitaciones, por tanto, es necesario el acompañamiento en la propia formación continua que se va a generar entre todos los participantes.

3.2. ¿Cómo transformar los saberes en conocimiento para el desarrollo comunitario?

Es un proceso que implica situarse en la acción socioeducativa desde quienes lo protagonizan como sujetos y en las praxis, y crear espacios de reflexión y relaciones que sistematicen lo concreto como comunidad en proceso educación dando sentido al cambio, reiterando la fortaleza en escenarios de resistencia (Muñoz y Ruiz, 2013), de potenciar resiliencia (Vitón y Gonçalves, 2014) y concretar el *e-durecere* en la acción formativa como desarrollo.

Este enfoque de desarrollo requiere acompañamiento educativo (Vitón, 2012) colaborativos e investigaciones-acción donde se logra potenciar la participación crítica desde el análisis de conflictos y recrear condiciones de paz activamente desde los colectivos de Derechos humanos, etc., profundizando en saberes para ampliar la conciencia pro-desarrollo en las praxis educativas transformadora y no escolarizante. Educación provocadora de interés de conocerse y reconocerse, desarrollar etnografías y dar sentido al cambio. En este sentido, es fundamental el etnografiar a partir de experiencias de interés comunitario (Muñoz, 2013)⁵ para una discusión procesual, en perspectiva *emic* y *étic*, como forma de reconocer al otro y a uno/a mismo/a⁶ e

⁴ En múltiples escenarios donde se realiza el trabajo de campo, se crean nuevos espacios comunitarios, de ayuda a enfermos, de apoyo a la formación de jóvenes, cuidado a los más necesitados, nuevos partidos políticos, cargos comunitarios nuevos, recuperación de la memoria histórica, etc.

⁵ Puede ser con la autobiografía

⁶ Usual en grupos de autoayuda (Terapéuticas, escuelas, colectivos etc.)

interconectar lo vivencial y el compromiso de participación política situada en la institucionalidad del entorno local.

Conclusiones

En estos tres puntos logramos acercar de manera integradora el desarrollo desde la realidad de la comunidad como una vía para fortalecer un vínculo de pertenencia corresponsable. Y desde una participación co-creadora como también de la inclusión activa se buscó avanzar en los procesos que reflexionen en una cultura de paz para posibilitar la profundización de la experiencia comprometida con la democratización de la vida. Es esta razón democratizadora vamos haciendo posible comprendernos y comprender el compromiso de deconstruirnos y reconstruir con acciones y pensamientos en una comunidad de práctica emancipatoria que se vive protagonista de su transformación.

Bibliografía

- Arnaus, R. (2010). El sentido libre de la diferencia sexual en la investigación educativa. En Contreras J. y Pérez de Lara, N. (Comps.), *Investigar la experiencia educativa* (pp. 153-174). Barcelona: Morata.
- Atmann, Ph. (2013). Buen vivir. *Indiana*, 30, 283-299.
- Díaz de Rada, A. (2010). Cultura, antropología y otras tonterías. Madrid: Editorial Trotta.
- Dietz, G. (2012). Reflexividad y diálogo en etnografía colaborativa: el acompañamiento etnográfico de una institución educativa intercultural mexicana. *Revista de Antropología Social*, 21, 63-91.
- Elliot, E (1998). *El ojo ilustrado. Indagación cualitativa y mejora de la práctica educativa*. Barcelona: Paidós.
- Ellsworth, E. (2005). *Posiciones en la enseñanza. Diferencia, pedagogía y el poder de la direccionalidad*. Tres Cantos (Madrid): Akal.
- Freire, P. (1997) *A la sombra de este árbol*. Barcelona: El Roure.
- Freire, P. y Macedo D. (1989) *Alfabetización*. Barcelona: Paidós.
- Fullan, M (2002). *Nuevos significados del cambio en educación*. Barcelona: Octaedro.
- Giroux, H. (1997) *Cruzando Límites. Trabajadores culturales y políticas educativas*. Barcelona: Paidós Educador.
- ONU. Objetivos del Milenio. Informe 2013. Nueva York: ONU.
- Martínez Guzmán, V. (2010) Cultura de Paz y Educación para la ciudadanía. En Lorenzo Alquézar, R., y Benedicto Rodríguez, R. (Coords.), *Educación Cívica. Democracia y cuestiones de género*. Barcelona: Icaria.
- Remei, A. (2010). El sentido libre de la diferencia sexual en la investigación educativa. En Contreras J. y N. Pérez de Lara (Comps.), *Investigar la experiencia educativa*. (pp. 153-174). Barcelona: Morata.
- Muñoz, P. (2012). Reencuentro por la memoria histórica de las Comunidades de Población en Resistencia del Ixcán, una necesidad de mostrarse desde ‘¡la vida es lucha y se lucha siempre!. *Diario de campo*, 9, 69-77.

- Muñoz, P (2014). “Experiencias de construcción de resistencias e identidades de género en colectivos de mujeres en Tabasco. Dilemas de la antropología comprometida ¿cambios posibles?”. En, Rodríguez, L. Hernández S.E. y Ventura M^a C. (Coords.), *Democracia, cultura política y ciudadanía en el México de hoy* (pp. 175-197). San Cristóbal de las Casas (México): UNAM.
- Muñoz, P. y Ruiz, V. (2013). “Una etnografía de una educación construida por personas refugiadas, desplazadas y en resistencia en Guatemala y México desde el Conflicto Armado Interno en Guatemala”. En Franzé A. y Poveda, D. (Eds.), *Miradas y voces etnográficas en la educación* (pp. 55-63). Madrid: Traficante de Sueños.
- Santos, B. (2010) *Refundación del Estado en América Latina. Perspectivas desde una epistemología del Sur*. Quito: Abya-Yala.
- Vitón, M.J. y Gonçalves, D. (2014). (En prensa) “Práctica docente en la enseñanza universitaria, reflexión de saberes y aprendizaje transformativo”. En Santos Janneth (Coord.), *Didáctica actual para enseñanza superior*. Madrid: Visión Libros.
- Vitón de Antonio, M.J.; Rico, G.; Castillo, D. (2013). *Fortalecimiento institucional como estrategia de gobernabilidad municipal para garantizar los derechos de las mujeres indígenas*. Madrid: Fundación Instituto Universitario de Investigación José Ortega y Gasset.
- Vitón, M.J. (2012) *Diálogos con Raquel. Praxis Pedagógicas y reflexión de saberes para el desarrollo educativo en la diversidad cultural*. Madrid: Editorial Popular.
- Vitón, M.J. (2012). Fortalecimiento institucional y equidad genérica y étnica. Buenas prácticas y reflexión estratégica de una formación con enfoque de derechos y para el avance de las políticas públicas. En Cairo, H., Cabezas, A., Mallo, T. del Campo, E., Carpio, J. (eds.), *En América Latina: La autonomía de una región. Actas del Congreso Internacional XV Encuentro CEEIB (e-book)* (pp. 1389-1398). Madrid: Trama Editorial.
- Vitón, M.J. (2013). Interés Público, política educativa y sociedad democrática. *Contexto educação*, 28(89), 41-62.
- Vitón, M.J. (2013) Educación como transformación y sentido de una formación crítico reflexiva. Valor de una Pedagogía del cuidado en el proceso de acompañamiento del aprendizaje. En. Ibáñez-Martín, J.A. (coord.), *Educación, Libertad y Cuidado. Actas del VII Congreso Internacional de Filosofía de la Educación (e-book)*. Madrid: Biblioteca Online S.L.

Biografía

María Jesús Vitón es Profesora Titular del Departamento de Didáctica y Teoría de la Educación en la Facultad de Formación de Profesorado y Educación de la Universidad Autónoma de Madrid. Imparte docencia en Grado y Postgrado en las materias de Teoría y Política de la Educación, Educación para el Desarrollo transformaciones sociales y Desarrollo Profesional Docente y Metodología de la Investigación. Desarrolla como líneas de investigación el tratamiento de políticas públicas y equidad, la intervención pedagógica innovadora y construcción de procesos de transformación socioeducativa y formación del educador como investigador reflexivo. Cuenta con numerosas publicaciones en el marco del desarrollo educativo de la Equidad y la política pública. Colabora con el máster universitario en Gobierno y Administración Pública del Instituto Universitario Ortega Gasset y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Miembro titular de FLACSO- España y del Observatorio de Política Exterior (OPEX). Participante de sesión seguimiento E.p.T.

Paris. UNESCO (2011). Miembro de la Comisión de Publicaciones del Vicerrectorado de Investigación-Universidad Autónoma de Madrid y de los Comités científicos de distintas revistas como: Enseñanza & Teaching- Revista Interuniversitaria de Didáctica, Revista Iberoamericana de Educación-O.E.I. Participante del equipo de evaluación, entre otras, de las Revistas Iberoamericana de Educación (O.E.I.) Polis - Universidad Bolivariana (Chile), Perfiles (UNAM- México). Correo electrónico: gonzacoban@gmail.com.

Práxedes Muñoz es docente e investigadora en la Universidad Católica de San Antonio, Murcia, en los Grados de Educación Infantil, Educación Primaria, Antropología Social y Cultural y en el Máster de Desarrollo Social. Licenciada en Filosofía y letras por la Universidad de Murcia, España. Doctora en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Murcia (Área de Psicología Social) sobre Identidad comunitaria de población indígena en Guatemala. Las líneas de investigaciones son sobre Antropología de la Educación y Antropología del Desarrollo (etnografías e IAP) con temáticas específicas sobre Etnografía educativa y política, Atención a la Diversidad e interculturalidad, resistencia y movimientos sociales, migración, cultura política, descolonización, identidades y género. Correo electrónico: pmunoz@ucam.edu.

Juan Benito Martínez es Profesor en el Departamento de Teoría e Historia de la Educación en la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia. Profesor en el Máster Universitario en Envejecimiento en la Universidad de Murcia. Algunos de sus trabajos se encuentran disponibles en:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=256522>.

Correo electrónico: jbenito@um.es.

La introducción de la estética y la antropología visual a la IAP: un recurso de alto potencial para el trabajo con población vulnerable
The introduction of aesthetics and visual anthropology to the PAR: a high potential resource for working with vulnerable population

Paula Andrea Valencia Londoño, Universidad de Medellín
 Nora Margarita Vargas, Universidad de Medellín
 Sor María Londoño, Maestranda Universidad de Medellín

Resumen

Aproximar a los niños, niñas y adolescentes en situación de calle al ejercicio de su derecho a la ciudad es una tarea que requiere de una aproximación metodológica que permita romper las barreras de la estigmatización y ubicarlos en el lugar de artífices de sus proyectos de vida. En este sentido, metodologías como la Investigación Acción Participativa (IAP) con su carácter emancipador y liberador juegan un papel fundamental. Sin embargo, en el proyecto de investigación “Derecho a la ciudad, estudio geo-etnográfico sobre el impacto social de la iniciativas de desarrollo urbano en la ciudad de Bogotá y Medellín”, a la puesta en marcha de la IAP se ha sumado un elemento innovador: el arte y las herramientas estéticas como movilizadoras del sentir y constructoras del espacio de encuentro.

En este sentido se puede afirmar que construir una nueva aproximación a la IAP desde la antropología visual posibilita un cambio de mirada, verme a través de otros ojos. En el caso del proyecto, a partir de la perspectiva de la fotografía y de la cartografía, se reinventa el territorio habitado, donde me configuro como sujeto y en el cual debería hacer efectivo el goce de mis derechos.

Esto es más palpable cuando se habla de niños, niñas y adolescentes en situación de calle. Su escenario se funde con la ciudad, la cual es abrigo y látigo, y donde la participación es el único camino viable para la inclusión y el reconocimiento.

Palabras clave

Niños, niñas y adolescentes en situación de calle; estética; antropología visual; investigación acción participativa; cartografía social.

Abstract

In order to relate children and teenagers who spend most of their time on the streets with their right to their city is a mission that requires a methodology capable of breaking the frontiers of stigmatization and situating them in their role as actors of their own projects. In this sense, methodologies such as the Participatory Action Research (PAR), with its emancipating and liberating character, play a fundamental role. However, in the research project “Right to the city, a geoethnographic study on the social impact of urban developmental initiatives in the city of Bogotá and Medellín”, which applies the PAR methodology, an innovating element has been added: the arts and aesthetical instruments with the purpose of stimulating emotions and constructing a common space.

In this sense, it can be stated that constructing a new approach to the PAR from the perspective of visual anthropology enables a change of view, that is: people can look at themselves in a different way. With regard to the project, using photography and

cartography as a starting point, the habitable territory is reinvented where people configure themselves and where they should enjoy their rights.

This is particularly tangible when it comes to children and teenagers who spend most of their time on the streets, which can be a shelter and a whip simultaneously, and where participation is the only sustainable way to inclusion and recognition.

Keywords

Children and teenagers living in the street; aesthetics; visual anthropology; research of participating action; social cartography.

Introducción

La actual ponencia surge como resultado de la puesta en marcha de la primera fase de ejecución del proyecto de investigación: “Derecho a la ciudad, estudio geotnográfico sobre el impacto social de las iniciativas de desarrollo urbano en la ciudad de Bogotá y Medellín”, investigación liderada por la Universidad de Medellín y la Universidad de los Andes, Colombia. Con este proyecto se pretende visibilizar los efectos sociales de los planes de renovación urbana en las ciudades de Medellín y Bogotá, en particular, sobre las historias de vida borradas de las personas catalogadas cómo *no deseadas* dentro de estos procesos. Para ello, como objetivos específicos se evidenciará la jerarquización existente en memorias sociales; se harán visibles las situaciones de marginalización presentes en Bogotá y Medellín, construidas a partir de la imposibilidad de acceso de algunas poblaciones a las nuevas dinámicas de los espacios intervenidos por los planes de desarrollo urbano; se empoderará a las poblaciones *no deseadas* e históricamente vulneradas para contar su historia y reclamar su derecho a los espacios objeto de renovación urbana en particular, y su reconocimiento como sujetos de derecho; y se identificarán nuevos espacios de exclusión.

Este ejercicio de investigación implica un análisis comparativo donde la metodología Investigación Acción Participativa (IAP) se constituye en el medio para visibilizar historias borradas e incluir a las personas no deseables en la planeación de sus espacios. A partir de estas historias, y mediante herramientas cartográficas y de antropología visual, se darán a conocer los efectos sociales que los planes de renovación urbana de estas dos ciudades tienen sobre estas poblaciones. Se usará también el marco de la disciplina de geografía humana que estudia la relación entre lugares y personas.

A la fecha se ha realizado para el caso de Medellín un ejercicio de acercamiento a los y las adolescentes en situación de calle que acuden a lo largo del día a un centro de

acogida de la Alcaldía de Medellín, donde encuentran un espacio lúdico y protector. Con ellos se ha realizado una aproximación metodológica que busca llevar a la práctica los análisis previos realizados por el equipo de investigación en cuanto a las potencialidades de la vinculación de estrategias estéticas y de antropología visual al trabajo de IAP. De este ejercicio se han logrado extraer valiosas lecciones aprendidas que permiten presentar unas conclusiones previas sobre las ventajas de la inclusión de estas estrategias dentro de la IAP para el trabajo con población altamente vulnerable y en uso de sustancias psicoactivas. Entre otros elementos, pudimos constatar como la antropología visual desde su uso particular del lenguaje permite el fortalecimiento de los procesos de recordación y devolución de la experiencia vivida y las formas de habitar. Asimismo, la fotografía, las cartografías corporales, los murales y grafitis, entre otros, potencian la descripción de su relación con el territorio, además de sus referentes sociales y culturales, y abren para el investigador un vasto horizonte de interpretación y representación.

El texto que se presenta a continuación comienza con una introducción a los procesos de inclusión con niños y niñas en situación de calle, luego se hace un análisis de la IAP y sus potencialidades para los procesos de memoria e inclusión, seguidamente se realiza una aproximación a las estrategias estéticas y su vinculación con la IAP, para luego hacer énfasis en el papel de la antropología visual para el fortalecimiento de los procesos de recordación y devolución de la experiencia vivida y las formas de habitar. Finalmente se presentan los resultados del proceso de aplicación de esta estrategia al trabajo con la población infantil y adolescente en situación de calle, resultados con base en los cuales se plantean una serie de conclusiones preliminares que seguirán siendo contrastadas en la puesta en marcha del proyecto en su segunda y tercera fase.

1. Características de los procesos de inclusión de los niños, niñas, jóvenes y adolescentes en situación de calle

La inclusión se constituye en un reto que nos convoca a todos como sociedad a acoger y promover el desarrollo armónico de cada niño, niña y adolescente en situación de calle en los diferentes contextos y actividades que tipifican la vida en comunidad.

Cuando se habla de inclusión se debe hacer alusión a la población infantil y adolescente en situación de calle, no sólo para reconocer la problemática que subyace en nuestras ciudades, y de manera específica en Medellín, sino para encontrar nuevas

oportunidades de visibilizarlos como sujetos que hacen parte fundamental de la sociedad. UNICEF afirma que estar en situación de calle ha de ser advertida como una condición que puede y debe ser modificada (ANDI Glosario UNICEF, 2006), por tanto, no debe ni ser perpetuada ni utilizada para estigmatizar esta población. Los niños, niñas y adolescentes en situación de calle son “aquellos menores de 18 años que tienen vínculos familiares débiles o inexistentes, que hacen de la calle su hábitat principal y desarrollan en ella estrategias de sobrevivencia, hecho que los expone a distintos tipos de riesgos” (Forselledo, 2002: 3).

Los niños, niñas y adolescentes en situación de calle hacen parte de la población infantil y adolescente. Son sujetos con derechos, con una biografía e historia personal, familiar y social. Seres humanos que construyen su identidad en el encuentro e intercambio con los otros y en el entorno que los rodea, que avanzan en procesos de autonomía y gestión en la medida en que se favorezca su participación a partir de la puesta en marcha de políticas, prácticas y culturas trascendidas por un enfoque de inclusión y de atención a la diversidad.

Hablar de inclusión de los niños, niñas y adolescentes en situación de calle requiere del reconocimiento de sus problemáticas particulares cotidianas. Entre ellas están las dificultades familiares, escolares, los bajos niveles de acceso a la educación formal, el consumo de drogas, la explotación sexual, el maltrato y el rechazo que sienten de las personas que están a su alrededor, todas estas situaciones de riesgo contribuyen a la vulneración de algunos de sus derechos. Por tanto, desde lo social se han de generar nuevos procesos de inclusión que abarquen el reconocimiento y restablecimiento de sus derechos, el acompañamiento en sus proyectos de vida y la instauración de espacios permanentes de diálogo, reflexión, de toma de decisiones en temas que les conciernen y que hacen parte de sus realidades sociales. “Los niños y las niñas tienen derecho a expresarse libremente sobre los temas que los afectan y a que sus opiniones se tomen con seriedad” (UNICEF, 2014: 4).

La inclusión de los niños, niñas y adolescentes en situación de calle se sustenta en su reconocimiento como sujetos activos de la sociedad, en el fortalecimiento de sus potencialidades personales y colectivas. En esta vía, se ha de privilegiar la libre expresión, la comunicación asertiva de sus pensamientos, sentimientos e ideas y su participación en escenarios de ciudad, por esta razón en los procesos de investigación la IAP se constituye en una estrategia privilegiada.

2. Investigación Acción Participativa (IAP) como potenciador de la memoria y estrategia de inclusión

Como afirman Hernández Sampieri et al. (2006: 706): “La finalidad de la Investigación-Acción (IA) es resolver problemas cotidianos e inmediatos (Gayou, 2003) y mejorar prácticas concretas”. Citando a Sandín (2003: 161) los autores afirman que su pretensión básica es “propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación”. Esta definición es complementada por los autores con la conceptualización de Elliot (1991) quien afirma que este tipo de investigación se centra en el estudio de una situación social con miras a mejorar la calidad de la acción dentro de ella, en resumen como sostiene Sandín (2003, citada por Hernández Sampieri et al.: 706) la investigación-acción construye el conocimiento por medio de la práctica.

Un elemento fundamental para esta construcción de conocimiento a partir de la práctica es el papel que juega la colaboración de los participantes en la búsqueda de la solución a los problemas. Si se realiza una aproximación a la investigación-acción que trascienda la visión técnico-científica y pretenda un objetivo emancipador, la participación será el motor fundamental para la creación de conciencia sobre sus circunstancias “sociales y su necesidad de mejorar su calidad de vida” (Hernández Sampieri et al., 2009: 707). Es allí donde radica el potencial de la IAP como estrategia de inclusión.

Con el fin de generar esta inclusión a partir de la recuperación de la memoria individual y colectiva, la IAP debe partir, como afirma Mertens (2005, citado por Hernández Sampieri et al., 2006: 707) de “involucrar a los miembros del grupo o comunidad en todo el proceso del estudio” conjugando “la experticia del investigador con los conocimientos y las vivencias de los participantes, esto permite que la IAP sea democrática, equitativa y liberadora”, como plantea Stringer (1999, citado por Hernández Sampieri et al., 2006).

Ese afán liberador es el que soporta para Freire este método:

[...] la metodología que defendemos exige [...] que, en el flujo de la investigación se hagan ambos sujetos de la misma, tanto los investigadores como los hombres del pueblo que, aparentemente, serían su objeto. Cuanto más asuman los hombres una postura activa en la investigación temática, tanto más profundizan su toma de conciencia en torno de la realidad y explicitando su temática significativa, se apropian de ella (Freire, 1975: 131 citado por Flores-Kastanis, Montoya-Vargas y Suárez, 2009: 296) [...] La investigación temática se hace así un esfuerzo en común de toma de conciencia de la realidad y auto-

conciencia, que la inscribe como punto de partida del proceso educativo o de la acción cultural de carácter liberador (Freire, 1975: 132-133, citado por Flores-Kastanis, Montoya-Vargas y Suárez, 2009: 296) [...] Investigadores profesionales y pueblo, en esta operación simpática que es la investigación del tema generador, son ambos sujetos de este proceso (Freire, 1975: 134, citado por Flores-Kastanis, Montoya-Vargas y Suárez, 2009: 296).

Tener claro el objetivo pretendido a través de la IAP, y su carácter liberador y concienciador, permite hacer uso de las múltiples estrategias didácticas con que cuenta la educación, la antropología y el trabajo social. Técnicas participativas, animación socio-cultural y la estética y el arte (técnicas a las que apela esta ponencia), son desde la IAP mecanismos totalmente válidos para generar procesos inclusivos, no solo entendidos como la participación de los sujetos en la construcción de conocimiento, sino para el caso del derecho a la ciudad, para movilizar sujetos consientes y artífices de su propio desarrollo, en un proceso de empoderamiento que transforme su visión de sí mismos a partir de sus memorias individuales y colectivas, y su relación con el mundo.

3. Potencialidades de la vinculación de estrategias estéticas al trabajo de IAP

Producir transformaciones, inventarse el devenir, reconocer la potencia vital que hay en la narración de sí mismo y su contexto son, todas ellas, exigencias de la Investigación Acción Participativa. Se quiere llegar al investigado para potenciar las intersubjetividades y para proponer acciones críticas y creativas. Nuestra investigación nace consiente de estas exigencias, nace comprendiendo que, al expandir las estéticas sobre sí mismo y el contexto, se alimenta una fecundidad, una posibilidad de invención. Se amplían las representaciones que aceptan la alteridad como una parte fundamental de la vida en comunidad.

La estética y el arte, con su facultad simbolizadora y lúdica, permiten recuperar una comunicación activa y producen un conocimiento interactivo y crítico, objetivo de la metodología IAP. A través de las prácticas estéticas se generan lenguajes que por su complejidad y magnitud son inenaberrables mediante otras estrategias.

Comprenderemos la estética en esta indagación como un proceso de reciprocidad donde el sujeto o agente de la percepción identificado dentro del proceso investigativo, comprometido y concentrado en su contexto, produce efectos de realidades factuales, imaginarias, sociales y personales a partir de estas percepciones, desde un matiz

denotativo, donde se produce una carga valorativa doble, a la vez sobre las percepciones y sobre los efectos de realidad. Siguiendo a Mandoki (2006) la estética habrá de entenderse como el estudio de la condición de *estesis*, entendiéndola *como la sensibilidad o condición de abertura, permeabilidad o porosidad del sujeto al contexto en el que está inmerso*.

En esta comprensión de la estética se ponen en crisis los mitos, tales como la separación entre estética y vida cotidiana, al comprender que la estética es en sí misma una relación con la vida. En nuestro trabajo, la estética es entendida como un modo de relación especial con la vida que puede producir transformaciones y efectos de realidad en las comunidades y en los modos de vivir de los sujetos y en las forma como se observan y son observados.

4. La antropología visual desde el fortalecimiento de los procesos de recordación y devolución de la experiencia vivida y las formas de habitar

La integración de la imagen, como objeto de estudio y como técnica de investigación, ofrece un lugar de experimentación y reflexión en el que la práctica está anudada con la propia interrogación de la mirada. En esta disciplina todo está por hacer y haciéndose. Es un campo donde fluyen distintas corrientes teóricas y metodológicas en un auténtico diálogo transdisciplinar.

La antropología visual es una disciplina de la cual nos valemos del lenguaje visual como metodología principal para el fortalecimiento de la memoria y de la experimentación de la realidad en función de la investigación social y etnográfica. Es la forma de acercarse a la problemática social, diagnosticándola y buscando la manera de formular una propuesta de cambio en la realidad social.

Las imágenes, los mapas, los dibujos, los recorridos en la Investigación-Acción Participativa facilitan la evocación de recuerdos y en este sentido la posibilidad de devolución de la evidencia experimentada y construida. Las cualidades de la imagen aportan a la investigación ya no como apoyo al texto escrito, o como subsidiario de este, sino como fuente propia de riqueza y de posibilidades de interpretación y representación. La utilización generalizada de estas técnicas investigativas queda aún lejos de ser avalada en las ciencias y muchos las consideran todavía como inapropiadas para la exposición teórica o son vistas simplemente como herramientas auxiliares, más que como un nuevo campo de investigación y experimentación. Como metodología es

muy atractiva en el intercambio investigativo y vivencial con jóvenes y niños puesto que la imagen tiene ese componente mágico.

El universo del lenguaje visual y la memoria, lo filmico y lo fotográfico como dispositivos de evocación y de representación, aportan elementos que no se alcanzan a percibir por el lenguaje escrito y la observación directa. Este es el valor que otorgan la antropología visual a la IAP. Analizar la imagen y el territorio para crear narrativas de sus espacios y la manera como lo viven sus habitantes proporciona una mediación, un objeto para conversar, en el que la gente no necesariamente siente que está hablando sobre sí misma, sino que describe lo que está enfrente de todos. Ayudan a recordar lo olvidado, a construir una historia viva, a plantearse preguntas que se constituyen en punto de partida de la IAP. Usar imágenes o representaciones del campo relacional (como las cartografías), en las cuales transcurre la vida cotidiana de los participantes, dimensiona la vivencia y nuestras formas de habitar el territorio para luego tener un mejor entendimiento de las potencialidades y conflictos que se dinamizan en el espacio y de los riesgos y oportunidades para construir nuestro hábitat. Dice Marc Auge en una entrevista realizada en la Nación: “Si se les enseña a los niños a hacer películas, estarán menos alienados con la imagen, porque comprenderán que es algo que se fabrica. Hay que formarlos no como consumidores, sino como creadores. El nuevo humanismo es eso: formar a la gente para que controle los instrumentos. Formarlos para crear” (Arana, 2005).

5. El habitar de los niños y niñas en situación de calle y su derecho a la ciudad

El espacio es un lugar de desarrollo holístico del sujeto y como tal se debe aprehender y, de ser necesario, transformar. Sus representaciones relacionales dan cuenta del devenir de su cotidianidad. Esto es claramente apreciable en el transcurrir de los niños, niñas y adolescentes en situación de calle quienes llevan consigo, como impronta, múltiples territorialidades:

Multiplicidad de territorios subjetivamente creados, vividos, marcados y habitados por los niños, niñas, adolescentes y adultos a partir de sus experiencias, percepciones y emociones, donde estos se construyen y reconstruyen más allá de los entornos físicos, pues parten de la vivencia cotidiana, del establecimiento de vínculos afectivos y del uso y la aprehensión de espacios (Save the Children, 2011: 10).

Es por esto que al acercarnos a esta población el lenguaje artístico, sumado al espacio de encuentro, es fundamental para construir una intimidad que posibilita el dialogo a través de diversas formas de expresión. “El arte construye metáforas sobre la realidad que abarca desde lo más próximo y cotidiano, hasta todo aquello que tan solo intuimos y que nos cuesta asimilar por su complejidad y magnitud” (Abad Molina 2010, 24).

Esto fue observable claramente en el trabajo de campo del proyecto de Investigación “Derecho a la Ciudad”. En la construcción conjunta y la implementación de estrategias basadas en el arte los niños, niñas y adolescentes en situación de calle empezaron a irradiar desde su vitalidad otras posibilidades de encuentro y el factor sorpresa se convirtió en clave para mantener latente su interés. Emerge su sensibilidad y las narrativas se hacen presentes, se evidencian otras lecturas que se tienen de la ciudad y se escuchan las voces de esta población que en ocasiones es silenciada o menospreciada por la sociedad.

A partir del encuentro con las expresiones artísticas se ha evidenciado como las relaciones de empatía y los ambientes que inspiran confianza y respeto van conectando con sus diferentes expresiones individuales: “A mí me gusta como soy (pausa)...No me gusta la vida que llevo y no puedo decir que es la vida que me tocó porque es la vida que yo elegí (...) pero yo miro a mi mamá, si ella pudo, yo también puedo salir adelante” (adolescente de 15 años, participante de los encuentros). Traer sus voces nos permite acercarnos a sus reflexiones, a las maneras de pensar y de proyectarse en la sociedad, “el valor de la imaginación y la actividad creativa reside en su poder para crear mundos posibles y permitir que el sujeto exprese libremente su propio misterio” (Quintero, 2003: 99-100). Esta es la real comprensión del Derecho a la Ciudad, un derecho que se ubica en el ámbito de los derechos colectivos y los cobija, como afirma Lefebvre:

El derecho a la ciudad se manifiesta como una forma superior de los derechos: derecho a la libertad, a la individualización en la socialización, al hábitat y al habitar. El derecho a la obra (a la actividad participante) y el derecho a la apropiación (muy diferente al derecho de propiedad) están imbricados en el derecho a la ciudad” (Lefebvre, 1969: 159 citado por Paquot, 2011: 85).

Conclusiones

Las formas de habitar se encuentran mediadas por las percepciones que tenemos de esos territorios que construimos a diario en nuestra relación con los demás. La

mirada se afina y nuestros sentidos encuentran mediación a partir de las sensaciones que nos producen los “lugares”. El Derecho a la Ciudad, más que la expresión concretada de una suma de una potestad, es un todo indisoluble que representan nuestra posibilidad de existir en el reconocimiento con los otros.

En este sentido, romper con la estigmatización que soportan sobre sus espaldas ciertos sectores de la población para garantizar su real ejercicio a la participación exige la apertura de unos espacios de encuentro donde el mirar y ser mirado se convierta en clave del dialogo, un dialogo mediado por diferentes lenguajes sensitivos que trascienden la palabra y tocan las emociones para generar una comunión, punto de partida de un ejercicio emancipador y liberador, en el sentido amplio de la IAP, y que le devuelve su carácter político y la hace protagonista de la transformación social.

Bibliografía

- Abad Molina, J. (2010). *Experiencia estética y arte de participación: Juego, símbolo y celebración*. Recuperado de http://www.oei.es/artistica/experiencia_estetica_artistica.pdf
- ANDI Glosario UNICEF (2006). Glosario para el correcto tratamiento de la información sobre infancia y adolescencia. Recuperado de <http://www.unicef.org/argentina/spanish/3.Glosario.pdf>.
- Arana Para, P. (2005, June 22). Marc Augé: "Hay que amar la tecnología y saber controlarla" *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/714868-marc-auge-hay-que-amar-la-tecnologia-y-saber-controlarla> Para LA NACION
- Elliot, J. (1991). *Action research for educational change*. Buckingham: Open University Press.
- Flores-Kastanis, E., Montoya-Vargas, J. y Suárez, D. (2009). Investigación-Acción Participativa en la Educación Latinoamericana. *Revista Mexicana De Investigación Educativa*, 14(40), 289-308.
- Forselledo, A. G. (2002). Niñez en situación de calle. Un modelo de prevención de las farmacodependencias basado en los derechos humanos. Recuperado de http://www.iin.oea.org/Ninez_en_situacion_calle_farmacodependencia.pdf.
- Freire, P. (1975). *Pedagogía del oprimido*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Lefebvre, Henri (1969). *El Derecho a la Ciudad*. Barcelona: Península.
- Mandoki, K. (2006). *Estética cotidiana y juegos de la cultura: Prosaica uno*. Madrid: Conaculta-Fonca. Siglo XXI Editores.
- Mertens, D. M. (2005). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (2ª. Ed.) Thousand Oaks: Sage
- Paquot, T. (2011). Releer *El derecho a la ciudad* de Henri Lefebvre. *Urban*, 2 (4). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3762672.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4a ed.). México: McGraw Hill.
- Save the Children (2011). *Guía de la estrategia de ciudad protectora y ambientes seguros*. Recuperado de

<http://colombia.savethechildren.net/sites/colombia.savethechildren.net/files/library/guia-ecpas.pdf>

Sandin, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. Madrid: Mac- Graw- Hill/Interamericana

Stringer, E.T. (1999). *Action Research: A handbook for practitioners* (2ª. Ed.). Newbury

UNICEF (2014). *Estado Mundial de la Infancia 2014 en cifras*. Recuperado de <http://www.unicef.org/spanish/sowc2014/numbers/documents/spanish/SP-FINAL%20FULL%20REPORT.pdf>.

Biografías

Paula Andrea Valencia Londoño. Comunicadora social- Periodista, Universidad Pontificia Bolivariana, Estudios de Derechos y Ciencias Política, Universidad de Antioquia. Especialista en Gestión Regional del Desarrollo, Universidad de los Andes. Internacional Master of Advance Studies, Instituto Universitario de Estudios del Desarrollo, Ginebra- Suiza. Magíster en Estudios Interdisciplinarios de Desarrollo, Universidad de los Andes. Experta en Gestión de la Paz y los Conflictos. Universidad de Granada, 2013. Doctoranda en Ciencias Sociales. Universidad de Granada. Analista de información de OCHA Naciones Unidas de 2008 a 2012 y Coordinadora Maestría en Conflicto y Paz, Universidad de Medellín. De 2012 a la fecha. Correo Electrónico: pvalencia@udem.edu.co.

Nora Margarita Vargas. Docente e investigadora de tiempo completo del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Medellín, coordinadora de la Cátedra Institucional Ciencia y Libertad. Licenciada en formación estética de la Universidad Pontificia Bolivariana y magister en Desarrollo Sustentable de la Universidad de Lanús de Buenos Aires Argentina. Correo Electrónico: nmvargas@udem.edu.co.

Sor María Londoño Uribe. Licenciada Educación Preescolar, Universidad de Antioquia. Especialista en Pedagogía Waldorf, Escuela las Rozas-Madrid, España. Formación en terapia Artística, Escuela Sagres-Florianópolis Brasil. Aspirante al título de Magister en Conflicto y Paz, Universidad de Medellín. Asesora en temas de Primera Infancia y facilitadora del diplomado de Acoso Escolar, Universidad de Envigado y Área Metropolitana. Correo Electrónico: solmar327@hotmail.com.

Influencia de la creatividad, lateralidad e inteligencia musical en el rendimiento académico musical

Influence of creativity, laterality, and musical intelligence on musical academic achievement

Gustau Olcina Sempere, Departamento de Educación, Universidad Jaume I

Resumen

El presente estudio tiene como principal objetivo conocer cómo influye la creatividad en el rendimiento académico en Música. De este objetivo principal se extraen los siguientes objetivos específicos: Analizar la relación existente entre la creatividad con la lateralidad cerebral y con la inteligencia musical. Examinar la relación entre la creatividad, la lateralidad y los resultados académicos en música.

Para alcanzar estos objetivos se ha utilizado una metodología no experimental, dado que a los alumnos no se les ha aplicado ningún tratamiento antes de recabar los datos. Los resultados revelan que la creatividad, la lateralidad y la inteligencia musical se asocian positivamente con el rendimiento musical, pero esta relación no es estadísticamente significativa.

Este trabajo concluye que la creatividad, la lateralidad y la inteligencia musical no son factores que expliquen el rendimiento académico musical, lo que implica que se tiene que seguir investigando para poder conocer qué factores determinan el rendimiento en este ámbito.

Palabras clave

Creatividad; dominancia lateral; inteligencia musical; rendimiento académico en Música, estructuras cerebrales.

Abstract

The aim of this study is to analyse how the creativity influences on musical academic achievement. This general objective is divided in the following specific objectives: analyse the relationship between the creativity and lateral dominance, on the one hand, and with the musical intelligence, on the other hand, and examine the association among the creativity, the lateral dominance and musical academic achievement.

In order to achieve these aims, a non-experimental methodology has been used since any treatment has been applied to students before getting the data.

The findings report that the creativity, the lateral dominance and the musical intelligence are positively associated with musical academic achievement, but this relationship is not statistically significant.

This study concludes that the creativity, the lateral dominance and the musical intelligence are not factors that explain the musical academic achievement, which implies that more investigation is needed in order to find out what factors determine the musical academic achievement.

Keywords

Creativity, lateral dominance, musical intelligence, musical academic achievement, brain structures.

Introducción

El conocimiento de la creatividad en el ámbito educativo, laboral y social ha sido y es una fuente de estudio e interés para la sociedad en la que vivimos, de forma que éste fomenta la necesidad de estudiar dicho aspecto con la finalidad de poder establecer unas líneas de actuación que contribuyan a su desarrollo e interés tanto desde el punto de vista individual como grupal.

El interés por conocer la influencia de la creatividad en la educación debe proporcionar unas herramientas útiles para el desarrollo de ésta en el aula, de manera que ayudemos a nuestros alumnos a aprender de manera creativa, y que su aprendizaje en los diferentes ámbitos educativos contribuya a desarrollar en sus diferentes contextos sociales un espíritu donde la motivación les conduzca a luchar contra la rutina y el aburrimiento, entre otros, y les anime a sumergirse en el mundo de lo desconocido. Con ello, se pretende contribuir a mejorar el desarrollo de la personalidad de los alumnos.

Así pues, el objetivo principal de este estudio es analizar la relación existente entre la creatividad de los alumnos de 3º curso de Educación Primaria y el rendimiento académico que obtienen en música; más concretamente se quiere estudiar si la creatividad predice el rendimiento académico. De este objetivo principal se extraen los siguientes objetivos específicos: Analizar la relación existente entre la creatividad con la lateralidad cerebral por un lado, y con la inteligencia musical por el otro, y examinar la relación entre la creatividad, la lateralidad y los resultados académicos en música.

El interés que motiva el estudio de la relación entre la creatividad y el rendimiento académico en Música se justifica por la necesidad de conocer si debemos fomentar la creatividad de los alumnos para obtener mejores resultados en Música.

Teniendo en cuenta las consideraciones realizadas, es necesario conocer si existen dichas relaciones entre creatividad y resultados académicos, para después poder desarrollar programas que contribuyan a promover la creatividad tanto en el ámbito educativo como social, de manera que el fomento de la creatividad ayude a desarrollar una nueva forma de actuar en los distintos entornos sociales.

1. Marco teórico

1.1 La creatividad

La creatividad ha sido definida a lo largo de la historia por una gran variedad de estudiosos (Rogers, 1954; Guilford, 1968; Torrance, 1969; Amabile, 1983; Gardner, 2001; entre otros). En este sentido, estos autores definen la creatividad como un conjunto de capacidades, aptitudes, y procesos, los cuales propician una conducta nueva y diferente en cuanto a sus pensamientos y acciones, teniendo las personas creativas la capacidad de resolver problemas con regularidad, así como la elaboración de productos nuevos dentro de un contexto cultural concreto.

De las diversas concepciones sobre la creatividad, se establecen y consolidan un gran número teorías como: (1) Pensamiento divergente, (2) Teoría social de la creatividad, (3) Modelo de sistemas, entre otras.

Con respecto a la teoría del Pensamiento divergente, se caracteriza por determinar cuáles son los rasgos que determinan la personalidad creativa como: sensibilidad a los problemas, la fluidez y flexibilidad de pensamientos, la originalidad, la capacidad de análisis y síntesis, la redefinición y la evaluación del producto (Guilford, 1950).

En relación a la Teoría social de la creatividad, se centra sobre todo en la motivación intrínseca, la cual defiende que las personas serán más creativas cuando se sientan motivadas por el interés, goce, y satisfacción por el trabajo propio, y no por las presiones externas (Amabile, 1983).

Así mismo, la teoría del Modelo de Sistemas, defiende que la creatividad no es un producto individual, sino de sistemas sociales. Estos sistemas o ambientes sociales, deben tener unas condiciones adecuadas, las cuales fomenten un contexto cultural propicio para el desarrollo de dicha acción creadora (Csikszentmihalyi, 1988).

1.2 La lateralidad

Según el diccionario de Psicología, de Dorsch (1985), “la lateralidad es entendida como la dominancia y acentuación de la lateralidad en la estructura, la cual se manifiesta en las partes o órganos del cuerpo que están duplicados, como por ejemplo en las manos, los ojos, los oídos, los brazos, las piernas y muchos órganos más”.

En dicho proceso de lateralización, deben intervenir los dos hemisferios para poder realizar cualquier actividad. La dominancia hemisférica está relacionada con la actividad que se realiza, y dicha dominancia estará apoyada por la conexión entre los

dos hemisferios, de manera que la lateralidad está condicionada por la distribución de las funciones entre los dos hemisferios (Ferre y Aribau (2002).

1.3 Hipótesis

En orden a alcanzar el primer objetivo de este estudio, se formula la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: Existe una relación directa y positiva entre la creatividad, la lateralidad manual izquierda, y la inteligencia musical.

Con la finalidad de obtener el segundo objetivo, se formulan las dos hipótesis siguientes:

Hipótesis 2: Los alumnos con mayor puntuación en creatividad y una lateralidad manual izquierda obtendrán mejores resultados académicos

Hipótesis 3: El tipo de lateralidad y la creatividad conjuntamente van a predecir el nivel de los resultados académicos.

2. Metodología

Dicha investigación nos conduce a llevar a cabo una metodología no experimental, o conocida también con el nombre de “ex-post facto”, es decir, aquella en la que el investigador recoge los datos después de haber sucedido los hechos y trata de extraer las posibles relaciones entre ellos e incluso la capacidad predictiva (que no casualidad) de unas variables sobre otras.

Para realizar este estudio de investigación, se utiliza la metodología cuantitativa siendo ésta de tipo descriptivo-relacional, ya que los datos recogidos nos describen los aspectos relacionados con la creatividad, la lateralidad y el rendimiento académico y se trata de poner en relación dichos datos.

Esta investigación se caracteriza por la ausencia de control del investigador sobre las variables independientes, debido a que dichas variables (creatividad, lateralidad y rendimiento académico en Música), no han sido manipuladas por el investigador antes de recoger los resultados, así como también por la rigurosidad y sistematicidad en el proceso de investigación.

Para llevar a cabo la recogida de los datos, ésta se realiza en un único momento dentro del propio centro educativo, a fin de evitar variables extrañas que pudieran afectar a las respuestas dadas por los sujetos (efecto de aprendizaje sobre el tema,

eventos personales que pudieran afectar a la concentración o respuestas de los sujetos, etc.).

También se ha realizado un control de las variables extrañas que puedan afectar al estudio o control de amenazas a la validez de resultados indicados, con la intención de controlar la varianza sistemática o secundaria.

En esta investigación hablamos de un diseño de “ciego único”, el cual tiene la finalidad de no revelar a los alumnos el propósito de la investigación, para que los alumnos no tiendan a confirmar o rechazar las hipótesis planteadas en la investigación (control del efecto de deseabilidad social).

Además, se ha minimizado la varianza de error eligiendo a grupos homogéneos de alumnos, ya que todos los alumnos pertenecían al mismo nivel académico, eran de la misma edad, y tenían el mismo nivel de rendimiento académico en cada uno de los grupos.

Así pues, por todo lo dicho anteriormente, nuestro diseño se define como un diseño ex post facto, correlacional y de corte transversal.

2.1 Población y muestra

La muestra que vamos a utilizar en este estudio está formada por niños y niñas de 3º de educación primaria. Concretamente, por dos grupos de 30 alumnos cada uno, los cuales han sido clasificados en función del rendimiento en la asignatura de Música, obteniendo un grupo de alto rendimiento y otro de bajo rendimiento. Para ello, se han tenido en cuenta las calificaciones de música del tercer trimestre del presente curso escolar.

El colegio donde se ha llevado a cabo el estudio está situado en el extrarradio de una gran ciudad con un entorno socio-económico y cultural bajo, debido a los diferentes fenómenos migratorios que se han sucedido en la zona objeto de estudio. El principal motor económico de la zona en la que está ubicado el colegio son las pequeñas empresas de autónomos y los trabajos poco cualificados.

En la tabla 1 que se presenta a continuación ofrecemos los estadísticos descriptivos de la muestra objeto de este estudio.

Tabla 1. Análisis descriptivo de la muestra

Variables	N	Media	Mediana	Desv Típica	Percentil 25	Percentil 75
EDAD	60	8.570	9.000	0.500	8.000	9.000
REND_ACD_MUS	60	6.550	6.000	1.443	6.000	7.000
CREATIVIDAD	60	11.370	10.000	4.769	8.000	14.750
INT_MUSI	60	4.030	4.000	1.057	3.000	5.000

Panel A. Variables continuas**Panel B. Variables dicotómicas**

Variables	0	% (0)	1	% (1)
SEXO	33	55%	27	45%
LATER	4	7%	56	93%

- Edad: recoge los años que tienen los alumnos y alumnas que participan en la muestra del estudio.
- REND_ACD_MUS es el rendimiento académico en música que han obtenido los alumnos en el tercer trimestre de este curso lectivo medido mediante la nota obtenida en el tercer trimestre que puede oscilar entre 0 y 10.
- Creatividad es la variable que muestra la creatividad medida mediante el test de inteligencia creativa (CREA). El valor de esta variable resulta de la suma de un total de 20 preguntas que podían plantear los/as alumnos/as en función de la visualización de una imagen.
- INT_MUSI es la variable que refleja la inteligencia musical, medida cuantificada por el test de inteligencia musical de las inteligencias múltiples de Gardner (1983). Concretamente, se plantearon un total de 5 preguntas de índole musical y el total de seis acumulados daba lugar al resultado final de esta variable.
- Sexo es una variable dicotómica que tomará el valor 1 si el individuo de la muestra es un niño y 0, si es una niña.

- **LATER** es la variable que expresa la lateralidad medida mediante el test de dominancia lateral de Harris (1993). Concretamente, si la dominancia lateral es diestra la variable toma el valor 1 y si es zurda toma el valor 0.

Tal y como se puede apreciar en la tabla 2, el total de miembros que forman la muestra de este estudio es de 60, de los cuales un 45% son niños y un 55% son niñas. Así pues, podemos concluir que la muestra está equilibrada en cuanto a la participación femenina y masculina. Por otra parte, también puede observarse en la tabla 2 que la edad media de los/as alumnos/as es 8.5 años y el rendimiento medio académico musical (**REND_ACD_MUS**) es 6.55, por lo que podemos concluir que los/as alumnos/as de la muestra obtienen un bien alto en rendimiento académico musical. Con respecto a la lateralidad, también podemos apreciar que el 93% de los individuos de la muestra tienen una lateralidad diestra, mientras que el 7% restante tienen una lateralidad zurda. Ello implica que en la gran mayoría de los miembros de la muestra predomina la dominancia lateral diestra y por tanto, utilizan para sus actividades académicas y cotidianas el ojo, el oído, la mano y el pie derecho. Si nos centramos en la creatividad, en la tabla 2 se puede apreciar que los/as alumnos/as de la muestra obtienen una puntuación de 11.37 en creatividad, lo que implica que, en media, estos/as alumnos/as han planteado más de la mitad de las preguntas que se les permitía, de un total de 20. Por tanto, podemos destacar que la creatividad de los/as alumnos/as de la muestra es media, a tenor de los resultados obtenidos. Finalmente, en lo referente a la variable inteligencia musical (**INT_MUSI**), los datos arrojan un valor medio de 4.03, revelando que los/as alumnos/as de la muestra presentan una elevada inteligencia musical, ya que de 5 preguntas planteadas en el test, respondieron afirmativamente, en media, a 4.03 preguntas.

3. Resultados

A continuación presentamos los resultados para poder contrastar empíricamente las hipótesis planteadas.

En la tabla 2 presentamos los coeficientes de correlación de Pearson para contrastar empíricamente si existe una relación directa y positiva entre creatividad e inteligencia musical, tal y como se ha planteado en la hipótesis primera.

Tabla 2. Coeficientes de correlación de Pearson entre las variables de creatividad e inteligencia musical

	CREATIVIDAD N (p)	INT_MUSI N (p)
CREATIVIDAD	1 60	0.253 60 (0.051)
INT_MUSI	0.253 60 (0.051)	1 60

Así como puede apreciarse en la tabla 2, existe una correlación positiva (0.253) y directa entre la variable creatividad e inteligencia musical, y por tanto, este resultado sugiere que a mayor inteligencia musical, mayor es también la creatividad del alumno. Ahora bien, esta correlación no es estadísticamente significativa (0.051), ya que el p-value es ligeramente $>.05$.

En la tabla 3 presentamos las diferencias de medias que se ponen de manifiesto para las variables creatividad e inteligencia musical en base a la lateralidad manual izquierda. Para ello se han creado dos grupos: uno formado por aquellos/as alumnas/os que presentan una lateralidad diestra y otro formado por aquellos/as alumnos/as que presentan una lateralidad zurda, con el propósito de conocer si los alumnos más creativos y con más inteligencia musical presentan lateralidad zurda o diestra.

Tabla 3. Diferencia de medias para las variables creatividad e inteligencia musical en base a la lateralidad

Variable	LATER DI (N=56) Media (DT)	LATER_ZUR (N=4) Media (DT)	Diferencia de medias	Test univariante
CREATIVIDAD	11.45 (4.678)	10.25 (6.652)	1.2	t=0.482 p=0.632
INT_MUSI	4 (1.062)	4.5 (1.000)	-0.5	t=-0.913 p= 0.365

De los resultados de la tabla 3 se desprende que la diferencia de medias para la variable creatividad es positiva (1.2), pero no es estadísticamente significativa, ya que el p-value es 0.632, valor que está muy por encima de $.05$. Así pues, estos resultados sugieren que los alumnos con lateralidad diestra, en media, son más creativos que los alumnos con lateralidad zurda. Con respecto a la variable inteligencia musical

(INT_MUSI), también se puede observar que la diferencia de medias entre alumnos con lateralidad diestra (4) y alumnos con lateralidad zurda (4.5) es negativa (-0.5), aunque tampoco es estadísticamente significativa, al arrojar el p-value un valor de 0.365, superior a .05. Por tanto, en este caso los resultados sugieren que los alumnos con lateralidad diestra, en media, tienen una inteligencia musical ligeramente inferior que los alumnos con lateralidad zurda.

En la tabla 4 presentamos las diferencias de medias que se ponen de manifiesto para la variable creatividad en base al rendimiento académico musical. Para ello se han creado dos grupos: uno formado por aquellos/as alumnas/os que presentan un rendimiento académico alto (REND_ACD_ALTO) y un rendimiento académico bajo (REND_ACD_BAJO), con el propósito de conocer si los alumnos con una mayor puntuación en creatividad obtienen mejores resultados académicos.

Tabla 4. Diferencia de medias para la variable creatividad en base al rendimiento académico

Variable	REND_ACD_ALTO (N=24) Media (DT)	REND_ACD_BAJO (N=36) Media (DT)	Diferencia de medias	Test univariante
CREATIVIDAD	12.38 (4.771)	10.69 (4.714)	1.69	t=-1.346 p=0.183

De los resultados de la tabla 4 se aprecia que la diferencia de medias para la variable creatividad es positiva (1.69), pero no es estadísticamente significativa, ya que el p-value es 0.183, valor que está por encima de .05. Por tanto, tenemos que rechazar la primera parte de la segunda hipótesis. Así pues, los resultados sugieren que los alumnos con mayor rendimiento académico obtienen una mayor puntuación en creatividad, ya que la creatividad media es 12.38 en comparación con la media que obtienen los alumnos con rendimiento académico bajo que asciende a 10.69.

En la tabla 5 presentamos las diferencias de medias que se pone de manifiesto para la variable rendimiento académico musical (REND_ACD) en base a la lateralidad manual izquierda. Para ello se han creado dos grupos: uno formado por aquellos/as alumnas/os que presentan una lateralidad diestra y otro por aquellos que presentan una lateralidad zurda. Con ello se pretende valorar si los alumnos con una lateralidad manual izquierda obtienen mejores resultados académicos.

Tabla 5. Diferencia de medias para la variable rendimiento académico en base a la lateralidad manual izquierda

Variable	LATER_DI (N=56) Media (DT)	LATER_ZUR (N=4) Media (DT)	Diferencia de medias	Test univariante
REND_ACD	6.48 (1.307)	7.50 (2.887)	-1.02	t=-0.700 p=0.533

Del análisis de la tabla 5, se puede observar que la diferencia de medias para la variable rendimiento académico musical en función de si el alumno es diestro o zurdo es negativa (-1.02), pero no es estadísticamente significativa, dado que el p-value es 0.533, valor que se sitúa por encima de .05. La segunda parte de la segunda hipótesis también se tiene que rechazar y a tenor de los resultados, se puede sugerir que los alumnos con lateralidad diestra obtienen un resultado académico musical medio (6.48) inferior que el que obtienen los alumnos con lateralidad zurda (7.50).

La tabla 6, muestra los resultados obtenidos para la regresión lineal, que nos permitirá contrastar empíricamente la tercera hipótesis, en la que se plantea que el tipo de lateralidad y creatividad conjuntamente predicen los resultados académicos musicales.

Tabla 6. Resultado de la regresión lineal

Variable	Modelo	
	REND_ACAD	
	β	t (p)
Constante	6.906	8.500*** (0.000)
LATER	-1.087	-1.479 (0.145)
CREATIVIDAD	.058	1.495 (0.141)
R ²	6.8%	
F (p)	2.080 (0.000)***	

*** Significatividad al 1%

El modelo analiza la capacidad predictiva de la lateralidad y la creatividad sobre el rendimiento académico. Así pues, vamos a estudiar si la lateralidad y creatividad conjuntamente influyen en el rendimiento académico musical del alumno. Si observamos los resultados del modelo que arroja la tabla 6, se puede apreciar que el R²

es un 6.8%, indicando que un 6.8% de la varianza en rendimiento académico musical es explicada por la lateralidad y creatividad, mientras que el 93.2% restante es explicado por otros factores diferentes a la lateralidad y creatividad. Por otra parte, se observa que el modelo es estadísticamente significativo al 1% ($F=2.080$; $p<0.000$). Por otra parte, se observa que la variable lateralidad (LATER) arroja un signo negativo ($\beta = -1.087$), pero no es estadísticamente significativa ($p>0.05$). Así pues, a tenor de este resultado podemos concluir que la lateralidad no parece predecir el rendimiento académico musical. Ahora bien, aunque este resultado no es estadísticamente significativo, sugiere que la lateralidad diestra repercute negativamente en el rendimiento académico musical, en línea con lo revelado previamente para la segunda parte de la segunda hipótesis, donde concluíamos que los alumnos con lateralidad diestra obtenían, en media, un resultado académico musical inferior que los alumnos con lateralidad zurda. Por otra parte, la variable creatividad presenta un signo positivo ($\beta = .058$), pero tampoco es estadísticamente significativa ($p>0.05$). Por lo tanto, tenemos que llegar a la conclusión que la creatividad tampoco influye en el rendimiento académico musical, tal y como habíamos predicho. Este resultado, aunque no significativo, también está en línea con lo revelado en la primera parte de la segunda hipótesis, donde se sugería que los alumnos con mayor creatividad obtienen un mayor rendimiento académico musical. Así pues, en base a estos resultados tampoco podemos aceptar la tercera hipótesis, y por consiguiente, tenemos que concluir que la lateralidad y la creatividad no influyen en el rendimiento académico musical.

4. Conclusiones y discusión

Los resultados de este trabajo nos llevan a rechazar las tres hipótesis planteadas, ya que ninguno de ellos han resultado ser estadísticamente significativos. Así pues, podemos concluir que la creatividad no explica ni la lateralidad cerebral ni la inteligencia musical así como tampoco el rendimiento académico musical. Igualmente, también se puede confirmar que los alumnos con mejores resultados académicos en música no obtienen ni mayor puntuación en creatividad ni en lateralidad manual izquierda. Finalmente, se concluye la escasa, por no decir casi nula, capacidad predictiva que tiene la lateralidad sobre el grado de creatividad y sobre el nivel de rendimiento académico musical.

Los resultados de este estudio tienen implicaciones académicas y educativas. Centrándonos en las implicaciones académicas, los resultados de este trabajo revelan

que es necesario seguir investigando qué otros factores, diferentes de la creatividad y la lateralidad e inteligencia musical, influyen en el rendimiento académico musical. Algunos de estos factores podrían ser la psicomotricidad y la inteligencia, entre otros. Asimismo, y a tenor de los resultados obtenidos, también es necesario seguir estudiando otros factores diferentes a la creatividad, que podrían repercutir en la lateralidad cerebral y en la inteligencia musical. Además, se deberían estudiar la creatividad, la lateralidad y la inteligencia musical en alumnos de diferentes niveles educativos, desde la educación infantil hasta la educación universitaria, con el propósito de poner de manifiesto que resultados arroja. Finalmente, se debería considerar también la utilización de diferentes test para la medición de las variables así como el tipo de agrupamiento que realizamos, es decir, utilizar metodologías diferentes a las empleadas en este trabajo.

Bibliografía

- Alberdi, A., Alsina, M., Alsina, P., Arriaga, C., Flores, S., Giráldez, A., Ibarretxe, G., Loizaga, M., Ramirez de Loaysa, A. (2010). *Música: Complementos de formación disciplinar. Formación del profesorado*. Barcelona: Grao.
- Banich, M. (1993). *The neural bases of mental function*. New York. Alexandria.
- Costa, A. L. (Ed.). (1991). *Developing minds. Vol.1*. Washington: ASCD.
- Davidov, V.V. (1988). *La enseñanza escolar y el desarrollo psíquico*. Moscú: Editorial Progreso.
- Ferranti, D., Perry, G.E., Gill, I., Guasch, J.L., Manoley, W.F., Sanchez-Paramo, C., Schady, N. (2003). *Closing the gap in Education and technology*. Whashington: World Bank Latin American and Caribbean Studies
- Ferrándiz, G., Prieto, M^a. D., Ballester, P. y Bermejo, M^a. R. (2004). Validez y fiabilidad de los instrumentos de evaluación de las inteligencias múltiples en los primeros niveles instruccionales. *Psicotema*, 16(1), 7-13.
- Ferre, J., y Irabau, E. (2002). *El desarrollo neurofuncional del niño y sus trastornos*. Madrid: Lebón.
- Ferré, J. Casaprima, V. Catalán, J. y Mombiela, J. V. (2000). *El desarrollo de la lateralidad infantil. Niño diestro- niño zurdo*. Barcelona: Lebón.
- Ferreiro, R. (1995). *Educación para el talento*. Guadalajara: SEP Jalisco.
- Ferreiro, R. (1999). *A successful program in bilingual Education: ELI method. Executive report*. Forth Binational Conference USA-Mexico .Center for Research on the Education of students placed at risk. El Paso and Johns Hopkins University.
- Ferreiro, R. (2003). *Estrategias didácticas del aprendizaje cooperativo. Una nueva forma de enseñar y aprender: el constructivismo social*. México: Trillas.
- Ferreiro, R. (2012). La pieza clave del rompecabezas del desarrollo de la creatividad: la escuela. *Revista Iberoamericana sobre la calidad, eficacia y cambio en Educación*, 10(2), 6-22.

- Feldhusen, J.F., y Treffinger, D.J. (1976). Design and evaluation of a workshop on creativity and problem solving for teachers. *Journal of Creative Behavior*, 10, 12-14.
- Francisco, J., y Rodríguez, M. (2011). Contributions of neuroscience to the Understanding of Human creativity. *Arte, Individuo y Sociedad*, 23 (2), 45-54.
- Gaser, Ch., y Schlaug, G. (2003). Brain Structures differ Between Musicians and non-Musicians. *The Journal of Neuroscience*, 23(27): 9240-9245.
- López, O., y Navarro, J. (2010). Creatividad e inteligencia: Un estudio en Educación Primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 28(2), 283-296
- Marín, R. (1998). *Creatividad y reforma educativa*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Martín, M.P. (2012). *Apuntes de la asignatura de lateralidad*. Rioja: UNIR.
- Navarro, R. (2003). El rendimiento académico: concepto, investigación y desarrollo. *Revista Iberoamericana sobre la calidad, eficacia y cambio en Educación*, 1(2), 1-15.
- Prensky, M. (2010). *Teaching digital natives. Partnering for real learning*. Thousand Oaks, CA: Corwin.
- Portellano, J.A. (1992). *Introducción al estudio de las asimetrías cerebrales*. Colección Neurociencia. Madrid: Editorial CEPE.
- Peña, J. (2007). *Neuropsicología de la conducta y Neuropsicología*. Madrid: Editorial Medica Panamericana.
- Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto. Serie de Ciencias Sociales.
- Serra, J. (2012). *Introducción a la creatividad*. Boletín de Información, 325, 87-104,
- Sánchez, S., y Epelde A. (2013). Análisis del tratamiento educativo de la creatividad por medio de la música en aulas de educación primaria con amplia diversidad étnica y cultural. *European Scientific Journal*, 34(9). 336-359.
- Schellenberg, E.G. (2004). Music and cognitive Abilities. *American Psychological Society*, 14(2), 317-320.
- Tapscott, D., y Williams, A, D. (2006). *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Paidós.
- Torrance, E. P. (1960). Explorations in creative talent. *Education Leadership*, 20, 7-10

Biografía

Gustau Olcina-Sempere es profesor ayudante del Departamento de Educación, del Área de Didáctica de la Expresión Musical de la Universidad Jaume I de Castellón de la Plana. Sus líneas de investigación son el análisis de los aspectos que influyen en el rendimiento académico musical, los cambios de las estructuras cerebrales como resultados de las enseñanzas musicales, y los avances de los procesos didácticos en el aula de música. Correo electrónico: golcina@uji.es.

Adolescents and youths involvement with persuasive technology to prevent gang engagement

La participación de los adolescentes y jóvenes con la tecnología persuasiva para prevenir la participación en una pandilla

Esther Esho, Universitat Jaume I de Castellón

Abstract

Elise Boulding is known as the “matriarch” of the Twentieth Century peace research movement. She was an Emeritus professor in Sociology from Dartmouth College and also from the University of Colorado. Her ideas have contributed immensely to the peace education thought. She laid the ground together with other educators of connectedness, caring and the importance of ecological sustainability and the dangers inherent in “cultures of war”. She left an ineradicable landmark to the ongoing theoretical work on peace and social change.

Elise Boulding as for many years conducted workshops on “Imaging a Non-violent World”, with several types of groups. The Dutch historian Fred Polak (1961) was the first to write a macro-history showing how positive images of the future have empowered creative action for social change in societies of past times, and how the lack of positive images of the future have led to social decay. Personal Development, Community Action and Teaching Themes, covered a wide range of approaches. Thus leading to a deep thoughtfulness about what peace culture entails that goes beyond the usual categorization of social change activities.

Following the futures-imaging of Elise Boulding's concept of peace-building in a “world where peace culture prevails in the year 20xx”, I decided to put into practice her approach to futures-imaging by working within existing problem spaces in the urban environment to craft real world solutions that creatively addresses the issue of preventing youths from gang engagement.

This work begins with a summary of Elise Boulding's Theoretical Concept of Futures-Imaging, thereafter, I will be focusing on the main subject of this paper, which is how to help adolescents or youths who want to join a gang, who are forced to join a gang or those who want to quit gang engagement. There are several reasons that have led many youths to belong to a gang, one of the most prominent reason claimed by some ex-gang members was for protection and friendship. How do we address this issue? What can we do? From where can we start? I will be focusing on the practical approach of a work I carried out on using the concept of futures-imaging to prevent gang involvement and a group work of which I also took part of a blog created to help tackle this issue.

Keywords

Peace culture; futures-imaging; gang violence; persuasive technology; positive images of the Future.

Resumen

Elise Boulding es conocida como la “matriarca” del movimiento de investigación para la paz del siglo XX. Fue profesora emérita de Sociología de la Universidad de Dartmouth y también de la Universidad de Colorado. Sus ideas han contribuido enormemente al pensamiento en educación para la paz. Sentó las bases, junto con otros educadores, de la conectividad, el cuidado y la importancia de la sostenibilidad ecológica y los peligros inherentes a las “culturas de la guerra”. Fue un hito

imborrable para el trabajo teórico en curso sobre la paz y el cambio social.

Elise Boulding durante muchos años llevó a cabo talleres sobre “Imágenes Futuras de un Mundo no Violento”, con varios tipos de grupos. El historiador holandés Fred Polak (1961) fue el primero en escribir una macro-historia mostrando cómo imágenes positivas del futuro han empoderado la acción creativa para el cambio social en las sociedades de otros tiempos y cómo la falta de imágenes positivas del futuro ha llevado a la decadencia social. Desarrollo Personal, Acción Comunitaria y Enseñanza de Temas, cubrieron una amplia gama de enfoques. Esto conduce a una profunda reflexión acerca de lo que la cultura de paz implica y que va más allá de la clasificación habitual de las actividades de cambio social.

Siguiendo el concepto de imágenes futuras de un “mundo donde la cultura de la paz prevalece en el año 20xx”, he decidido poner en práctica el enfoque de Elise Boulding a este concepto, trabajando dentro de los espacios de problemas existentes en el entorno urbano para elaborar soluciones reales y abordar de manera creativa la cuestión de cómo prevenir que los jóvenes se incorporen a las pandillas.

Este trabajo empieza con un resumen de la Concepción Teórica de Imágenes Futuras de Elise Boulding. Posteriormente me centraré en el tema principal de este artículo, que es, cómo ayudar a los jóvenes o adolescentes que quieren unirse a una pandilla, que son forzados a unirse a una pandilla o los que quieren dejar el vínculo con las pandillas. Hay varias razones que han llevado a muchos jóvenes a pertenecer a una pandilla, una de las razones más prominente según algunos ex-miembros de pandillas, era para la protección y la amistad. ¿Cómo abordamos este tema? ¿Qué podemos hacer? ¿Dónde podemos empezar? Me centraré en el enfoque práctico de un trabajo que realicé utilizando el concepto de imágenes futuras para prevenir la participación en una pandilla y un trabajo grupal, en la que yo también participé, de un blog creado para ayudar a abordar este tema.

Palabras clave

Cultura de paz; imágenes futuras; la violencia de las pandillas; tecnología persuasiva; imágenes positivas del futuro.

Introduction

Elise Boulding as for many years conducted workshops on “Imaging a Non-violent World”, with several types of groups. In the manual for “Workshop on the Future: Imaging a Non-violent World in the year 20xx”, she depicts the encouraging discovery of one of these workshops, participants made commitments to actions they fill they could do that can bring about a change in the world in a non-violent way. She lead the session of futures-imaging about a world in which peace culture prevails, this question¹ was thrown out to a group of educators, students and peace activist at Tufts University in 2001. The participants were asked to step into 2031 and concentrate on how a world at peace might look like by then. After this personal reflection, they were

¹ What kind of mind-set of peace culture would one find in a group already committed to peace studies, a group already familiar with many of the conceptual analyses of the structures, institutions, and processes involved in the social phenomena of conflict, violence, and peace building, and already acutely aware of the obstacle to peace in the present world situation?

asked to divide into groups and share their positive images of 2031, an era whereby conflicts were settled non-violently. Each of them were asked to choose what they would do to make sure that their dreams do not die away or fail out, by choosing something sustainable that they will be willing to commit themselves to do now to help bring about the world they just imagined. At the end of the session, the result was amazing in the sense that many of them made their commitments to social action.

I have divided this piece of work into two parts. The first part is a summary of the practical step Boulding uses to approach future-imaging and this concept is an eye-opener for understanding the main focus of this work. Which focuses on a case study on “Youths & Adolescents Involvement with Persuasive Technology to Prevent Gang Engagement”.

1. Elise Boulding’s concept of future-imaging

1.1 Commitments

There were many commitments made by the participants, but I will point out only few of them. Under Personal Development Approach some of the commitments identified after the workshop were: practising non-violence in one’s personal life, both in spiritual development and social behaviour. Be a better listener, more empathic among others. Some of the commitments identified under community action approach were: working with rural and urban adolescents to build non-violent conflict resolution skills in cooperation with schools, local colleges, and faith groups; encouraging peace building through the arts; working for economic justice for the poor, undertaking projects for local sustainability and just being there for the community and its needs.

Some of the commitments identified under the teaching approach were: develop a course on nonviolence that would specifically include peace-making skills and an emphasis on cultural diversity; encourage student peace groups, and working for peace education programmes in the local public schools; commitment to focus on internship opportunities to empower young people in their development as peace activists. Participants responded very concretely to the request to verbalize specific commitments on behalf of the visualized future, which was very encouraging to find in a primarily academic environment. Since these participants were well aware of rising levels of violence around the world, it was significant that they chose to focus on building peace culture at the levels most accessible to them, personal and community, with a backup

strategy of networking nationally and internationally.

Elise Boulding notes: “the focus on personal growth and locally based activities by a group possessing considerable knowledge of a highly complex world system reflects an ancient wisdom that has survived through the ages and is well expressed in the familiar phrase: 'Let there be peace and let it begin with me'. The presence of that wisdom in peace studies practitioners is certainly to be celebrated” (2003: 87).

1.2 Innovative Concepts for Peace Culture in Action

Using violence to fight violence has led to conflict all over the world, and the drifting from the peace mission proposed by many international organizations has been thrown to the mud for lack of compliance to the proposed peace they first believed in. Now a conflict encountered by the opponent has been a good excuse to drift from peace and use peace to solve the issue, to military action, “humanitarian action”, “humanitarian intervention”, which in some cases has been an excuse to enslave the populace and make headway with the resources of these countries and thereby decolonizing them on a twenty-first century peace mission, a very deceptive one that has been used to pilfer so many resources from many countries and render them worthless.

The insatiable quest for all these conflicts to decrease at a large scale, lead Elise Boulding to ask this question: “What will bring these struggles to an end?” (2003). She proposes a fresh look at the world that lies thirty years into the future. In 2031 she imagines all the valuable developments in the field of peace building, a new sense of citizenship that encompasses the local in all its diversity and global in all its diversity. She proposes that citizenship will come to be understood as being essentially three-dimensional.

- The first Dimension:
 - i) The local, the ethnic/cultural identity that shapes our human becoming in family;
 - ii) The community, the identity that is primary in more than ten thousand societies.
- The Second Dimension
 - i) The national, the state whose institutions serve as the well-being of the ethnics within its borders;
 - ii) Attract their loyalty and support to the extent that they are

acknowledged and respected.

- The Third Dimension is international, the United Nations itself formed to protect the well-being of the seven billion humans living in more than ten thousand societies spread across the 193 states.

The initial goal of the United Nations was to put an end to war, but this goal has been long forgotten. Boulding proposes that we, the seven billion people on earth, are all citizens of the United Nations and have as much stake in its survival as in the survival of the state we live in, and the identity group we belong to. She proposes that taking up this citizenship involves:

- i. Our own personal growth at the deepest level;
- ii. Developing our intellectual, social and civic capacities;
- iii. A different and unfamiliar way of being in the world;
- iv. Respecting our civic responsibility, by making sure that our national representative to our United Nations General Assembly and its associated regional organizations sign the necessary treaties that protect the security of all humans and also of the earth.

In conclusion, Elise Boulding proposes that in 2031 international NGOs will still be in the process of learning how to make the most of these opportunities for mutual learning and collaboration at every level, from the local to the United Nations itself. She notes:

[...] It is a slow and difficult process, but that is the only way in which new norms of governance and new models of behaviour, based on problem solving rather than the exercise of force and violence, come into effect... This peace-building process approaches will come to be seen as part of the evolution of a new, inclusive citizenship that embraces the riches of the cultural and biological diversity of the planet (Boulding, 2003: 88-89).

1.3 Critique

The ideal of futures-imaging is a very good one, but it seems to me that if we only imagine and we do not act the world will remain the same forever, nothing will change, if everyone of us are happy and comfortable in our zones of comfort, then what is the effect of futures-imaging? To me it seems as if a huge amount of time has been wasted in nothing, and the saying goes “time is money” what is the essence of sitting down hours and hours in a conference and coming up with no clue of the next step to take? Thus rendering the whole workshop worthless.

The Dutch historian Fred Polak (1961) was the first to write how positive images

of the future have empowered creative action for social change in societies of past times, and how the lack of positive images of the future have led to social decay.

Elise Boulding, according to the research carried out in several projects, displayed an insatiable quest not to relent but act and work for all this to be possible, even though sincerely speaking we may not be able to achieve all these wonderful ideas she proposed, at list we can strive to get near to it.

Peace building is all encompassing we do not need to have some special qualities of height, size or whatsoever to build peace, we just need to be ready for the task it takes to build peace, which sometimes is not very convenient, because to build peace we cannot take sides, it goes with respecting people irrespective of whatsoever, we have to be just, make the involving parties understand the reason why there is a need for peace and a lot of progress can be achieved. Slow and steady we will win the race.

As a result of Elise Bouldings approach, I would like to cogitate on the point of raising adolescents and youths to become peacemakers in part two of this essay, and this will be the practical aspect of this paper.

2. Youths & Adolescents Involvement With Persuasive Technology To Prevent Gang Engagement

2.1 Research Design

Research as design² is an active toolkit by Jeffrey Chang (2011). This toolkit is the design framework we used to carry out this case study and analyse several ways youths can take to identify the problem of gang violence and how to prevent joining one or getting out of it. This active toolkit presents modes of design thinking process, this helped us to identify the problem and its effects, and it comes with five modes, which are: 1. Emphasize. 2. Define. 3. Ideate. 4. Prototype and 5. Test.

This first stage, we observed the youths in this areas that are prone to joining a gang or who have already joined one, because of so much pressure posed on them and we studied their behaviour in front of this problem, afterwards we engaged them by interacting with them and interviewing them to understand there position, subsequently we experienced what these youths were experiencing by putting ourselves in their shoes. This practical process was carried out in a class of more than twenty foreign students from all over the world, who were master's student at International Studies in Peace, Conflict and Development at Universitat Jaume I in this moment, and this was

² <https://ganginsantacruz.wordpress.com/category/process/>.

helpful because we analysed the case from various cultures and localities and in particular our focal point was Santa Cruz, Bolivia.

The second stage, we analysed our empathy findings and streamlined the challenge to one that is specific and meaningful. Our focal point in this stage was to come out with an actionable problem statement: Which is our point of view in this matter? Which is the point of view of the user? This helped us to create a successful solution.

The third stage, gave us a broader view of the challenge at hand and we flared rather than focus. We came up with one hundred ideas as to how this problem can be handled and solved, at each stage there was an individual and group work and this helped us to identify and build prototypes, which lead us to stage four of our research design.

The fourth stage was acquiring ideas and diagnosing in our mind and heads and then back to the real world. We used drawings, post-it notes, several role playing activities, storytelling, a storyboard among others, with these approaches we were able to learn rapidly and examine several different possibilities that can be very vital in solving the problem. This process also helped us both individually and personally to come up with profound empathy and likewise to outline successful solutions.

Finally, the fifth stage was the test, how do we know that what we have been strategized during the previous stages can be implemented in an effective way? The only way we could acquire this information was by testing. Consequently, I came up with a playwright, using the futures-imaging approach of Elise Boulding, which carries the reader through several stages of analyses, to a point where the user and the reader can test these modes of research design but in a practical way and in the real world.

2.2 Practical Process

First of all, I created an empathy map³ for my persona named “Marcelo” which is a representative of any child or youth who is facing the challenge of joining a gang or who is forced to join a gang because of peer pressure or who wants to quit a gang. I included four aspects that are fundamental to Marcelo's present situation: what people in his community do/say, feel/think, see, hear and the reasons why he is at a high risk of joining a gang.

³ Marcelo's Story part 1- Empathy Map- Santa Cruz- Bolivia: <http://Otolerace4conflict.wordpress.com/2014/05/07/empathy-map-santa-cruz-bolivia/>.

In the group blog⁴ we created an elaborated process⁵ to tackle these issues. We know that cities are almost home to half of the world's population. Cities are attractive because they are the melting pot of political, economic and cultural affairs. However, urbanization has also brought new challenges in terms of conflict, violence, poverty and inequalities. Urban violence is becoming more widespread in many of the world's fastest-growing cities, particularly in Latin America, the Caribbean and Sub-Saharan Africa.

Santa Cruz is one of the fastest growing urban spaces in Latin America and it is also the economic centre of Bolivia. The city is characterized by an extreme polarization of the society. The huge inequality gap between the poor and the rich people is reflected in the neighbourhoods. Criminal activity and violence are growing problems especially within gang activities, whose members increasingly rising of adolescents. A big lack of social cohesion and neighbourhood decay support the gang formation and their activities.

One of the main sources of revenue for gangs is drug trafficking, both consumption, as well as drug dealers. The impact of this particular gang activity in Bolivia is unknown. However, crime and violence in Latin American countries was estimated by the IADB at 7% of GDP. This is an alarming rate and the financial cost along should be enough to raise more concern. Most of the young gang members are getting recruited in different environments, but mostly in the schools or in their journey to or from school and poorer socio-economic neighbourhoods. In order to avoid young adolescents' recruitment and their participation in gang violence –and to keep them safe from the dangers of gang violence– there are needs for alternative activities and professional support to stop these youths from joining gangs and to minimize the violence and criminal activity in Santa Cruz in hopes of creating better opportunities for youngsters and therefore a safer city.

Therefore, we created a design question: How might we design an effective initiative in order to improve adolescents and youths resiliency and to address their emotional insecurities thereby minimizing the likelihood of being recruited into gang activities? How can we help them make better decisions? What creative and participatory tools could be used to help to offer them with alternative activities and

⁴ Group blog – Gangs in Santa Cruz (English): <http://ganginsantacruz.wordpress.com/> and Pandillas en Santa Cruz (Spanish): <http://pandillasensantacruz.wordpress.com/>.

⁵ Group blog – Process: <https://ganginsantacruz.wordpress.com/category/process/>.

thereby creating a safe environment by improving the conditions of the excluded neighbourhoods? For this purpose in my blog, I thought of some of the different factors that can increase the likelihood of this child or youth from becoming a gang member, therefore I elaborated on possible solutions⁶ that can be used to tackle gang violence at five different levels namely: Policy Levels, Physical Environment, Community (international), Interpersonal and Individual level.

2.3 Solution

Subsequently I came up with a real scenario⁷ (playwright) of a “Solution Narrative” using social media and persuasive technology, I used an actionable, reasonable plan, that can trigger a positive change in such a community and in the society and a “Problem Narrative” using a low techs approach. Finally, I created a futures-imaging conclusion⁸ for my persona “Marcelo”, one that is sustainable and that is applicable with tackling urban violence mainly in the aspect of gang violence, and youths being pressurised to join a gang, by creating a persuasive technological approach to spread a culture of peace. Using the futures-imaging concept, I created a free website named icare.net, engaged in a twenty-four hour online customer care service for youths and adolescents having doubts about joining a gang or facing the pressure to join a gang or already in a gang and wants to quit. The “icare” centre has a game unit where youths and adolescents are introduced to these games and trained to the extent they begin to create their own games, this process will help expose kids to the dangerous truth about gangs and help prevent them from joining gangs.

This practical approach is not just a mere dream or something impossible, it is a plan that can be implemented to tackle urban violence, juvenile delinquency, gang violence, among others. If it is put to practice, it can go a very long way to enabling a sustainable and stable community with less conflict and violence.

Conclusions

This practical approach can be used to positively impact on youths and

⁶ Possible Solutions for Gang violence: <http://0tolerace4conflict.wordpress.com/2014/05/09/create-5-solutions-to-the-problem-of-gang-violence-in-santa-cruz-bolivia/>. Check out further solutions in the group blog: <https://ganginsantacruz.wordpress.com/solution/>.

⁷ Marcelo’s Friend Part 2- High Tech (Solution) & Low Tech (Problem): <http://0tolerace4conflict.wordpress.com/2014/05/14/solution-narrative-playwright-high-tech-problem-narrative-brief-story-low-tech/>.

⁸ The Conclusion of Marcelo's Story: <http://0tolerace4conflict.wordpress.com/2014/05/20/the-conclusion-of-marcelos-story/>.

adolescents and alert them of the dangers of gang violence through persuasive technology, it can go a very far way if implemented in the system, where urban violence perpetrated by gang violence has been the other of the day. Persuasive technology strategies intervenes in this environment and shapes behaviour and decision-making. Another important aspect is the user-system interaction, which in our game-design solution plays a central role since the design process, and it is based on a collective work, the addressed problem in the game is a shared community problem and the characters in the game interact in order to solve the problem.

We discovered that experience with slum-upgrading programmes has shown that the success and sustainability of programmes is contingent upon community involvement in decision-making, implementation and operation and maintenance. This is the main reason why we are involving them not just to play the game but to get involved in it, create their own game, with contingent features of their own community. Activities contribute to social cohesion by empowering vulnerable groups: they enable residents to assume responsibility for their environment, offer ways for ordinary people to make a contribution and identify with their residential environment, and thus enforce social control in high risk areas.

These youths or adolescents at the end will be able to comprehend the whole process we are trying to show them, not to join gangs and the danger involved in it. Thereby, enhancing their decision-making and giving them a positive firm reason not to join a gang, because they will be vividly involved in the whole process. We hope all these initiatives will not just be a stepping stone to help them understand and comprehend the perils in joining a gang, but will be a breakthrough in helping them take better decisions.

Bibliography

- Boulding, E. (2003). Peace Culture for Today and Tomorrow. In Sampson, C. et al. (Eds.), *Positive Approach to Peace building: A Resource for Innovators* (pp. 83-91). Washington DC: Pact Publications.
- Chang, J. (2001). Research as design. Resource packet. Available at <http://dschool.stanford.edu/wp-content/uploads/2011/04/rad-resource-packet.pdf>.
- Polak, D. (1973). *The Image of the Future*. Elsevier Scientific Publishing Company.

Biography

Esther Esho is a student of the Master in International Studies in Peace, Conflict and Development at the Universitat Jaume I, Castellón. Spain. E-mail: carinhosalovingfleur@yahoo.com.

Bloque VIII
Narrativas transmedia,
activismo y cambio social

Part VIII
Transmedia narratives,
activism and social change

No te dejes de cuentos. El poder de las narrativas transmedia para la transformación social

Do not leave stories. The power of transmedia narratives for social transformation

Marcial García López, Universidad de Málaga
Esther Simancas González, Universidad de Cádiz

Resumen

Existen multitud de formas de explicar, interpretar e intervenir en el mundo, tantas como historias. El problema surge cuando el grado de hegemonía de una cosmovisión, de una narrativa, es tan potente que cualquier construcción social alternativa se torna marginal e inalcanzable.

En el momento actual, las nuevas dinámicas sociales permiten a la ciudadanía alcanzar cierto protagonismo desde el que hacer frente a las metáforas impuestas por los grandes centros de producción de discursos. El férreo control de los mensajes ejercido por los medios de comunicación de masas comienza a diluirse en un mundo de convergencia de medios y formas de comunicar.

Partiendo de este contexto, nos interesa adentrarnos en el estudio de las narrativas transmedia, generalmente enfocado al ámbito del entretenimiento y la ficción audiovisual, en la comunicación publicitaria. Concretamente pretendemos reflexionar sobre las narrativas transmedia como acción de transformación social y como herramienta indispensable en la publicidad social actual, centrándonos especialmente en los movimientos sociales.

Esta investigación defiende que las narrativas transmedia son un fenómeno cultural (Jenkins, 2008) en el que la comunicación para el cambio social debe poner el foco, puesto que con ellas el relato se abre a nuevas formas de contar y de participar, y se revelan nuevas cualidades y potencialidades de la narración y de la acción colectiva. En su forma transmedial, las narraciones recuperan y potencian la implicación, el empoderamiento, la sensación de comunidad (Canning y Reinsborough, 2009). Nos permiten cruzar la línea de la indignación para convertirnos en actores políticos. Y de esto se trata, de reflexionar sobre las estrategias narrativas como acto político esencial para la desarticulación de historias dominantes y la construcción de imaginarios sociales nuevos. Se trata de defender la narratividad transmedial y la comunicación como bases del cambio social mismo en marcos de acción conectados en red.

Palabras clave

Storytelling; narrativas transmedia; nuevas tendencias en comunicación publicitaria; publicidad social.

Abstract

There are multiple ways to explain, interpret and take part on this world, as many as stories. The problem appears when the level of hegemony in a vision of the world, in a narrative, is so powerful that the possibility of any other alternative social construction becomes minimal and unrealizable.

Currently, new social dynamics make possible for citizens to achieve some protagonism from which to withstand the metaphors imposed by the main centres of discourse production. The strict control of messages by the mass media begins to dissolve in the world as media and means of communication converge.

From this context, we are interested in advancing research on transmedia narratives, generally focused on entertainment and audiovisual fiction in advertising

communication. In particular, we want to reflect on transmedia narratives as action for social transformation and as essential tool for social advertising today, specifically centring on social movements.

This research proposes that transmedia narratives are cultural phenomena (Jenkins, 2008) in which communication for social change must place the focus, since transmedia narratives open new ways of storytelling and participation, and reveal new qualities and potentials in storytelling and collective action. In their transmedial form, narratives recover and potentiate the involvement, empowerment and feeling of the community (Canning and Reinsborough, 2009). They allow us to cross the line of indignation to become political actors. For this is the point, to reflect on narrative strategies as a political act essential for the deconstruction of dominant discourses and the co-construction of new social imaginaries. The aim is to defend transmedial narrativity and communication as the bases for actual social change within frames of action connected through the net.

Keywords

Storytelling; transmedia narratives; advertising trends; social advertising.

Agradecimientos

Proyecto de investigación CSO2012-34066: “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales”.

Biografía

Marcial García López. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense. Profesor Titular en la Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Responsable del Grupo de Investigación reconocido por la Junta de Andalucía con el código SEJ-390: “Comunicación y Poder”. Coordinador del proyecto COMSOLIDAR. Comunicación Solidaria. Correo electrónico: marcialcampus@gmail.com.

Esther Simancas González. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y DEA por la Universidad de Málaga. Actualmente, se encuentra desarrollando su tesis doctoral. Es PDI en la Universidad de Cádiz: docente en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y en el Máster de Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos, e investigadora del Grupo Comunicación y Ciudadanía Digital (SE-061) y de la Revista científica *Commons*. Correo electrónico: esther.simancas@uca.es.

El potencial colaborativo de la narrativa documental interactiva en los movimientos sociales

The collaborative potential of interactive documentary storytelling in social movements

Valentina Moreno Zambrano, Universidad Complutense de Madrid
 Arnau Gifreu, Universidad de Vic –Universidad Central de Cataluña

Resumen

A lo largo de su evolución, el documental ha demostrado poseer un gran potencial como catalizador de movimientos sociales y activismo. Hace unos años, con la llegada de las nuevas tecnologías, el ciudadano pasó de ser un espectador pasivo a ser un productor de contenidos. En el marco de las nuevas tendencias que las nuevas tecnologías propiciaron, surgió el documental interactivo, que en su vertiente colaborativa, ofrece grandes oportunidades para la articulación de movimientos sociales.

Este trabajo estudia las nuevas posibilidades que brinda el documental interactivo-colaborativo a los movimientos de cambio social. En primer lugar, definiremos el concepto de documental interactivo y analizaremos el potencial que tiene para facilitar la inmersión y la involucración del espectador en la historia. A continuación, revisaremos diferentes proyectos significativos de documentales interactivos colaborativos que facilitan el empoderamiento de sus protagonistas. Con ello pretendemos comprobar si el documental interactivo facilita la implicación de los miembros de una comunidad en torno a un proyecto y permite compartir diferentes formatos para la creación de una obra colectiva de forma descentralizada, potenciando a su vez la identificación del activista con la idea.

Para comprobar nuestra hipótesis de partida realizamos un estudio comparativo entre cuatro documentales interactivos que han impactado en sus respectivas comunidades: *The Dream is Now* (2013), *0 Responsables* (2013), *One Millionth Tower (Highrise)* (2013) y *Proyecto Quipu* (en proceso de producción). Como resultado hemos identificado como elemento clave para involucrar al usuario el grado de apertura que ofrece el documental. Una estrategia detectada que refuerza la identificación y la conciencia de la creación colectiva es el *crowdsourcing*, porque más allá de los mecanismos de interacción o la calidad técnica de la interfaz, los usuarios quieren interactuar y construir el producto final en colaboración con otros usuarios, lo que otorga una gran importancia a las herramientas colaborativas.

Palabras clave

Documental interactivo; interactividad; colaboración; empoderamiento; movimientos de acción social.

Abstract

Throughout its evolution, the documentary has shown a great potential as catalyst of social movement and activism. Few years ago, with the new technologies advent, the citizen has gone from being a spectator to being a content producer. In the context of these new trends, the interactive documentary arise. In its collaborative format, the interactive documentary offers great opportunities for the articulation of social movements.

This research analyzes the new possibilities of the interactive-collaborative documentary for social change movements. In first place, we will define the interactive

documentary concept and analyze its potential to allow immersion and engagement. Secondly, we will introduce some significant collaborative-interactive documentaries that has facilitated the empowerment of its protagonists. All this with the purpose to check if the interactive documentary facilitates the community members engagement around a project and offers different patterns to creation of the collective work in a decentralized manner, while enhancing turn activist identification with the idea.

With the purpose to test our hypothesis, we performed a comparative study between four interactive documentaries with a strong impact on its communities: The Dream is Now (2013), 0 Responsables (2013), One Millionth Tower (Highrise) (2013) and Proyecto Quipu (ongoing). We have identified the participation opening level of the documental as a key element for engagement. The crowdsourcing is another element that reinforces the user identification and the consciousness of collective project. Beyond the interaction mechanisms or the technical quality of the interface, users want to interact and build the final product in collaboration with other users, so collaborative tools acquire a great importance.

Keywords

Interactive documentary; interactivity; collaboration; empowerment; movements of social action.

Biografía

Arnau Gifreu-Castells, de la Universidad de Vic –Universidad Central de Cataluña, es Doctor en Comunicación y Master en Artes Digitales por la Universidad Pompeu Fabra. Su tesis doctoral (2013) ofrece un marco conceptual y estudio taxonómico original del documental interactivo y en general de las formas de no ficción interactiva. Es investigador afiliado del Comparative Media Studies y del Open Documentary Lab (Massachusetts Institute of Technology) y miembro del i-Docs group, el primer grupo de investigación y congreso internacional dedicado al estudio del documental interactivo. Coordina el interDocsBarcelona (DocsBarcelona), colabora con medios interactivos de RTVE y es el fundador y director de la plataforma/observatorio interDOC. Correo electrónico: arnau.gifreu@uvic.cat.

Valentina Moreno Zambrano, de la Universidad Complutense de Madrid, es comunicadora social especialista en RSC y nuevas tecnologías. Máster en periodismo multimedia por la Universidad Complutense de Madrid y doctorando en dicha casa de estudios, su foco de investigación son las posibilidades del documental interactivo en la educación. Es investigadora de la plataforma interDOC y ha sido ponente en InterDocsBarcelona 2014. Ha publicado ya un par de comunicaciones sobre el documental interactivo en publicaciones científicas nacionales e internacionales. También investiga en torno a otros tópicos: el uso de herramientas interactivas en proyectos de empoderamiento y cambio social y el uso de nuevas tecnologías para crear *engagement* en la educación. Correo electrónico: valentmo@ucm.es.

elParlante: modelizing an Edu-communication for Social Change and Participatory Video strategy

elParlante: Modelizando una estrategia de Edu-Comunicación para el Cambio Social y Video Participativo

Jessica González Herrera, Ohio University; elParlante Cultural Association

Abstract

ElParlante is a non-profit organization from Barcelona (Spain) which focuses on the design, implementation and evaluation of Communication for Social Change (CFSC) strategies that include Participatory Video (PV) to empower young people, making them part of their own social transformations. This research aims to provide an analytical and methodological framework for the systematization of a strategy that combines an Edu-Communication for Social Change (ECFSC) perspective and PV techniques. The article offers a literature review on PV, then focuses on interculturality and discusses the crucial role of this approach within the organization and on the projects that has designed. Regarding the methodology, four (4) semi-structured interviews were conducted along with video elicitation techniques with members of the organization. Furthermore, a semiotic analysis of two videos of previous projects of elParlante that used PV from an ECFSC approach and PV with youth in Barcelona. Finally, we define the five steps of the strategy, which will include five stages: information, expression, deliberation, training and community feedback. The significance of this study is two-fold: first, it will contribute to deepen the knowledge on the effectiveness of CFSC through PV as a tool to promote empowerment and participation among young people. Second, the systematized strategy of elParlante aims to contribute to the creation of a model that could be used in other contexts and parts of the world to foster young people's engagement in community development. ElParlante's strategy will be first implemented in southern Ecuador within the framework of a research-based intervention focused on how CFSC-PV could promote reflexivity on collective identity and foster citizen participation among young people.

Keywords

Communication for Social Change; Participatory Video; youth; elParlante; interculturality.

Resumen

ElParlante es una organización sin ánimo de lucro en Barcelona (España), que se centra en el diseño, implementación y evaluación de estrategias de comunicación para el cambio social (CPCS) y Video Participativo (VP) para empoderar a jóvenes, haciendo que sean parte de sus propias transformaciones sociales. Esta investigación tiene como objetivo proporcionar un marco analítico y metodológico para el diseño de una estrategia que combina una perspectiva Edu-comunicación para el cambio social (ECPCS) y técnicas de VP. El artículo ofrece una revisión de literatura sobre VP. A continuación, se centra en la interculturalidad y discute el papel crucial de dicha perspectiva en la organización y en los proyectos que ha diseñado elParlante. Respecto a la metodología, se llevaron a cabo cuatro (4) entrevistas semi-estructuradas, al tiempo que se utilizaron técnicas de video-elicitación con los miembros de la organización. Finalmente se realizó un análisis semiótico de dos videos de proyectos anteriores de elParlante que utilizaron VP y ECPCS con jóvenes en Barcelona. Finalmente, se concluye que la estrategia incluye cinco fases: información, de expresión, la

deliberación, la formación y la retroalimentación de la comunidad. La importancia de este estudio radica en que, en primer lugar, contribuirá a profundizar los conocimientos sobre la eficacia de ECPCS y el VP como herramientas para promover el empoderamiento y la participación entre los jóvenes. En segundo lugar, la estrategia sistematizada de elParlante tiene como objetivo contribuir a la creación de un modelo que podría ser utilizado en diversos contextos y lugares alrededor del mundo para fomentar el involucramiento de los jóvenes en el desarrollo comunitario. La estrategia de ElParlante será implementado por primera vez en el sur de Ecuador, en el marco de una intervención basada en la investigación se centró en cómo ECPCS-VP podría promover la reflexión sobre la identidad colectiva y promover la participación ciudadana entre jóvenes de comunidades rurales.

Palabras clave

Comunicación para el Cambio Social; Video Participativo; juventud; elParlante; interculturalidad.

Introduction

This research process was embedded in a broader research-intervention process (the Healthy Living Initiative¹) and its objective was to provide an analytical and methodological framework for the implementation of an Edu-Communication for Social Change (ECFSC) and Participatory Video (PV) strategy to be applied in southern Ecuador within the framework of a Chagas disease prevention model.

As a Case Study we took elParlante (EP), a non-profit organization located in Barcelona (Spain) to explore their methods and practices and evaluate the replicability of their strategy in the Ecuadorian context. This is to say that the research goal is to modelize EP's methodological approach in order to provide a tool to be tested in Ecuador in a participatory video process with youth from rural communities.

So far, the projects and processes carried out by elParlante have been based upon the empirical and academic knowledge of its members. Authors such as Paulo Freire (1975), Mario Kaplun (1998) and Clemencia Rodríguez (2008) have informed the methods and approaches used by elParlante. Nevertheless, the steps of the model have varied from one project to the other so there is no consistency/rigor on its design. This study seeks to explore the foundations and practices associated with the methodology designed by elParlante.

¹ Project led by the Tropical Disease Institute (TDI) at Ohio University that has been working since 2010 in southern Ecuador to construct a Chagas disease prevention model.

1. Theoretical framework

1.1. A brief literature review of Participatory Video

Since the late 1960s, with the Canadian “Challenge for Change”, the PV approach has been used in a variety of contexts as part of community engagement and community empowerment processes. This project used video/film as a tool for local people to communicate directly to decision-makers, according to the communities’ needs, rather than from a top down perspective (Crocker, 2008).

Interesting examples of PV can be found in Guatemala, Nicaragua, Colombia, Brazil, Bolivia, Peru, Barcelona, Mexico, South Africa, Uganda, Namibia, Vietnam, Philippines, Bangladesh, Indonesia, Australia, United States, Nigeria and India (Gumucio-Dagron, 2001; Rodriguez, 2001; White, 2003; Harris, 2009; Downing, 2011); There are also an unknown number of PV projects attempting to give voice to 'voiceless' communities (Harris, 2009)

The most important lesson in almost forty years of PV projects is that videos can be powerful tools that empower people to observe, provoke, evoke, analyze, and represent; using local knowledge to communicate a message of resilience. From a communication perspective, the value and diversity of participatory video approaches can be summarized as follows:

- PV as a set of participatory methods used to transfer audiovisual skills to communities in order to allow them to handle technology and communicate their own thoughts and needs (Crocker, 2008).
- PV as a therapeutic tool to push communities to rethink their own experiences and bring about a critical awareness of their own realities so they can gain their own voice (White, 2003; Gumurcio-Dragon, 2001).
- PV as an open process of self-reliance and local meaning creation that uses media tools to pull communities to regain their own voice rather than being reliant on the messages delivered by the mainstream media or professional producers (Harris, 2009).

From the exploration of the diverse perspectives about PV, we think that Clemencia Rodríguez’s approach function as a bridge between communication and anthropology as far as she is interested in the transformations that the use of media technology brings to communities, specifically in the realm of the symbolic. According to Rodriguez (2001), the use of PV is an interesting and powerful tool that can serve to

enhance critical and creative thinking among the community members, by allowing them to become their own storytellers. In Rodríguez words: “it implies being able to re-codify one’s identity with the signs and codes that one chooses, thereby disrupting the traditional acceptance of those imposed by outside sources” (Rodríguez in Harris, 2009: 542).

From this perspective PV production can both incorporate and enhance the agency and creative capacity of citizens as active agents in meaning creation, and their critical thinking about their social landscapes. Such perspective is in concordance with EP’s approach, thus we used this particular approach during this research as a framework to analyze EP’s practices.

However according to the data gathered, an emergent theme became relevant to understand elParlante’s origins and work: migrant’s identity. Therefore, the exploration of this theme has implied to look a different body of literature to try to understand the conceptualizations and implication of migration, and diasporic experiences in the construction of personal narratives and identities, so, we found in Gloria Anzaldúa’s work a complementary framework to explore EP’s experience.

1.2. Towards an understanding of migrant’s identity: a brief approach to Gloria Anzaldúa’s work

From the moment we encountered Gloria Anzaldúa’s work, we identified with both her stylistic approach and her reflections on migration, identity(ies) and the liminal spaces that people like her (and me) inhabit. Before Anzaldúa, identity was considered a fixed category related to cultural, biological and historical preconditions that determine subjectivity or sociality. By explicating *chicano*, queer, migrant and female identities, Anzaldúa introduces the in-betweenness, the new mestiza, a subject immersed in an existential ambiguity and contradiction.

Cradled in one culture, sandwiched between two cultures, straddling all three cultures and their value systems, la mestiza undergoes a struggle of flesh, a struggle of borders, and an inner war. Like all people, we perceive the version of reality that our culture communicates. Like others having or living in more than one culture, we get multiple, often opposing messages. The coming together of two self-consistent but habitually incompatible frames of reference causes a clash, a cultural collision (Anzaldúa, 1987: 100).

Anzaldúa goes beyond traditional approaches to identity, race, gender and sexuality; and challenges fixed classifications while highlighting liminal spaces, as sites

of struggle, creation and transformation; and by doing so she opens a new window to see bridges, were the academic field just saw borders. Speaking of borders, previous views about borderlands were considered only in geographical terms, but Anzaldúa's work brought to surface the psychological, sexual, and spiritual layers of such territories, as well as the implications that living in a borderland have for the people who dwell there.

Her continual transitions from different languages and dialects or as she calls it the code switching (between Standard English, Standard Spanish, Chicano English or Spanglish, Tex-Mex, Pachuco, and Nahuatl-Aztec), enacts her condition of being in between, and her claim to understand hybridization, as a potency, rather than a problem. For example Anzaldúa writes: "Chicano English is considered by the purist and by Most Latinos deficient, a mutilation of Spanish. But Chicano English is a border tongue, which naturally developed change, evolution, enrichment of new words for invention, or adoptions have created variants of Chicano English, a new language. A language that corresponds to a way of life" (Anzaldúa, 1987: 76).

Merleau-Ponty differentiates between the *parole parlante* (speech speaking) and *parole arlee* (speech spoken), where the later is inactive, fixed, materialized; the former is active, fluid, alive, and as such, renovates language by experiencing language in new ways.

If you want to really hurt me, talk badly about my language. Ethnic identity is twin skin to linguistic identity - I am my language. Until I can take pride in my language, I cannot take pride in myself. Until I can accept as legitimate Chican Texas Spanish, Tex-Mex and all the other languages I speak, I cannot accept the legitimacy of myself. Until I am free to write bilingually and to switch codes without having always to translate, while I have to speak English or Spanish when I would rather speak Spanglish, and as long as I have to accommodate me, my tongue will be illegitimate (Anzaldúa, 1987: 81).

Language is one of the cornerstones of Anzaldúa's social criticism, the code-switching becomes the instantiation of her ideas, the way in which she can escape from homogenizing discourse and instead challenging her readers by leaving them out in the middle of a sentence, and allowing them to access again without translation or transition, testing constantly their semiotic equipment, their positionality and identity. Her use of code switching is thus an invitation to dwell in her world, i.e. into the polyphonic experience of multiple voices talking at the same time.

Anzaldúa's work became crucial to this research process as far as the migrant

identity is intimately interwoven with EP's members and participants' narratives, and also with EP's practices. This is to say that the need for narratives, the need to challenge dominant structures and stereotypes about migrants in Barcelona was the motor and the glue that enabled the creation of the organization and its operation. This need coincided with the intention of Barcelona of dealing with the cultural diversity of the city using an approach of interculturality.

1.3. Interculturality and elParlante

EP defines itself as an organization of social entrepreneurship specialized in the design and implementation of strategies of ECFSC, intercultural dialogue and the promotion of an active citizenship.

The moment in which elParlante was created, Barcelona's City Council was starting to understand and provide appropriate and effective responses to an intense process of social transformation that had been taking place in the city due to the increasing cultural diversity caused by the migratory flows since 2000. As a result, in 2010, the *Pla Barcelona Interculturalitat* (PBI) (Barcelona Interculturality Plan) was born out of the intention of the Barcelona the City Council and the political forces represented in it, for tackling the challenge of cultural diversity.

The intercultural approach is based on the principles of equality, recognition of diversity and positive interaction. Communication is a crosscutting component to these principles. Thus, the fact that the creation of EP took place coincided with the moment that Barcelona's City Council was beginning to take measures regarding to tackle the challenges that cultural diversity posed to the city was somehow influential for elParlante as far as many of EP's projects were aligned with the intercultural approach. This is connected with EP's mission, which is to be an auto-sustainable and efficient organization, always meeting the expectations of its funders, collaborators and partners. In fact, Barcelona City Council has funded some of the projects of EP since its beginning.

Along the same lines, we can say that the relationship of EP with the intercultural approach was beneficial three-fold: 1) It was helpful to carry out the measures that Barcelona's City Council proposed, 2) the funding provided contributed somehow to the auto-sustainability of EP and 3) the participants of the EP's projects acquired intercultural competences that fostered a more critical position towards stereotypes associated to cultural diversity.

2. Methods

It should be mentioned that the methods used for this research were structured based on Camilo Pérez's research (2013) "images to disarm minds: an exploration of the Pasolini en Medellín experience in Colombia" which systematize and modelize Pasolini en Medellín (PEM) methodological approach. Since the nature of both PEM and elParlante (EP) is the work with young people with CFSC and PV strategies, and because the researcher is interested on exploring the researcher/practitioner dichotomy, we considered that Pérez' methodological approach was suitable to explore EP's experience and reflect upon our own research practices.

Therefore the methods used were a combination of semi structured interviews, video elicitation and analysis of secondary data produced by EP. Regarding the use of semi-structured interviews, Lindlof and Taylor (2011) assert that interviews are particularly well suited to "understanding the social actor's experience, knowledge and worldviews" (173) and this can be done through stories, accounts and explanations. Interviews also enable the researcher to "gather information about things or processes that cannot be observed effectively by other means" (175). These two issues are aligned with the purpose of analyzing in detail the foundations and the practices associated with the methodology applied by EP. Thus, we conducted 4 semi-structured interviews both face-to-face and virtual face-to-face via Skype.

The interviews were structured around broader issues surrounding EP's experience, such as the details/narratives of personal experiences within the organization and with the processes they develop. Such approach fit with the "Narrative interviews" as proposed by Lindlof and Taylor (2011). In their words, *Organizational narratives*, which according to the authors "do not differ in significant ways from the personal narrative. The key variance is that the stories told by organizational members make up a web of collective reality" (182). Therefore, as "an organization exists largely in, by, and as a result of stories told at multiple levels and through multiple symbolic forms" (Ibid).

The interviews' participants were selected through a purposive sample according to the database of the organization, and considering three groups: 1) members of the organization, 2) Participants of EP's processes, and 3) outsiders –people who are not members nor participants but that know about EP and its work.

Taking into account that the purpose of the research was to systematize the

methodology used by elParlante, we decided to choose two videos to trace both migration and interculturality as recurrent themes in EP's work, and also to trace the methodologies involved in the creative process of the pieces.

3. Findings

Semiotics offers a toolbox for bracketing the image into its fundamental parts, and for tracing how each one of its elements is embedded in broader systems of meaning (Barthes, 1980; Rose, 2012). Concentrating on the image itself at the most important site of meaning implies to pay special attention to image compositionality (Rose, 2012), for instance, the specific elements included within an image such as: content, color and spatial organization- in order to unpack its signifier and explore its denotative and connotative meanings (Barthes, 1980).

In this regard, we selected the videos: *El Mejor día del Mundo*² (The best day ever) and *Adrián presenta*³ (Adrian presents) as both videos tackle the issue of immigration explicitly and implicitly, and simultaneously allow us to explore as well the methodologies used during the creative process; since the former uses a participatory video approach while the latter was produced from the perspective of video-therapy (Rueda, 2007).

The videos selected for the analysis are part of the final products of the project Ravalead@s TV, a project of participatory community television for youth, designed to visualize the different ways in which young people living in *El Raval* understand life. *El Raval* is one of the most effervescent neighborhoods in Barcelona given that many of its residents come from other parts of Spain and from around the world.

The combination of these methods allowed us to explore and analyze the organization origins and contexts of work, and understand how migration and interculturality interplay within the organization structure and shape its work.

Social organizations do not exist in a vacuum, and its origins are usually interwoven with the personal experiences of their members, for EP's case the migration processes of its members and participants are intimately linked with the organization origins and practices. In this sense, the videos produced by EP leave traces of the cultural struggles experienced by subjects in contexts of migration, and enact the

²https://www.youtube.com/watch?v=GwwPipZmkuE&list=PLK5CnuIfZEOP_JJ9aSOwvapESD8PmEK5g&index=2.

³https://www.youtube.com/watch?v=btUD6RpYugg&list=PLK5CnuIfZEOP_JJ9aSOwvapESD8PmEK5g&index=12.

contradictions and ambiguities of being in between cultures.

Narrative is fundamental to give meaning to experience (in both personal and collective levels), but from a researcher standpoint it can serve as a medium to understand others as it provides insights of what one may not have experienced (Mattingly and Garro, 1994). Migrants tell personal stories continuously to themselves trying to make sense of their cultural struggles, and the adaptation process to a different socio-cultural setting. However, the public spheres are neglected to them, so they are subjected to dominant discourses about what means to be a migrant, in which negative stereotypes are continuously promoted by the mainstream media having a great impact in the social landscapes in which migrants have to move every day.

Therefore, perceptions of the present and future –as well as memories of the past, are in a constant struggle within migrants narratives (watch video *Adrián Presenta*), as far as they face the great challenge to bridge the inner world with the outside world, in order to gain creative licenses to produce new versions of the self.

The importance of Edu-Communication strategies and PV processes in such contexts is that they can provide new tools to recalibrate the semiotic equipment of the participants in order to approach the dominant narratives about migration, migrants, and interculturality with a critical-creative eye. Thus, they can challenge structures and become active agents in their own lives by retaking control of the symbolic universes surrounding them.

In this sense, EP's has an interesting approach that challenge the traditional communication formula of *Sender > message > receiver* and proposes what Hartley (2012) calls a *dialogic model of communication*, which is more interested in social interactions than in the message itself. This model is committed to facilitate the emergence of creative-critical thinkers capable to approach to both the production and reception of media texts from a divergent perspective.

EP's combination of education and communication provide an interesting place to re-conceptualize both the role of media literacy in the classrooms and how participatory video endeavors provide new stories, images and characters for a more comprehensive understanding of migrants' existential experiences. At the end, this can help to foster cultural exchanges and nurture interculturality in Barcelona, Spain.

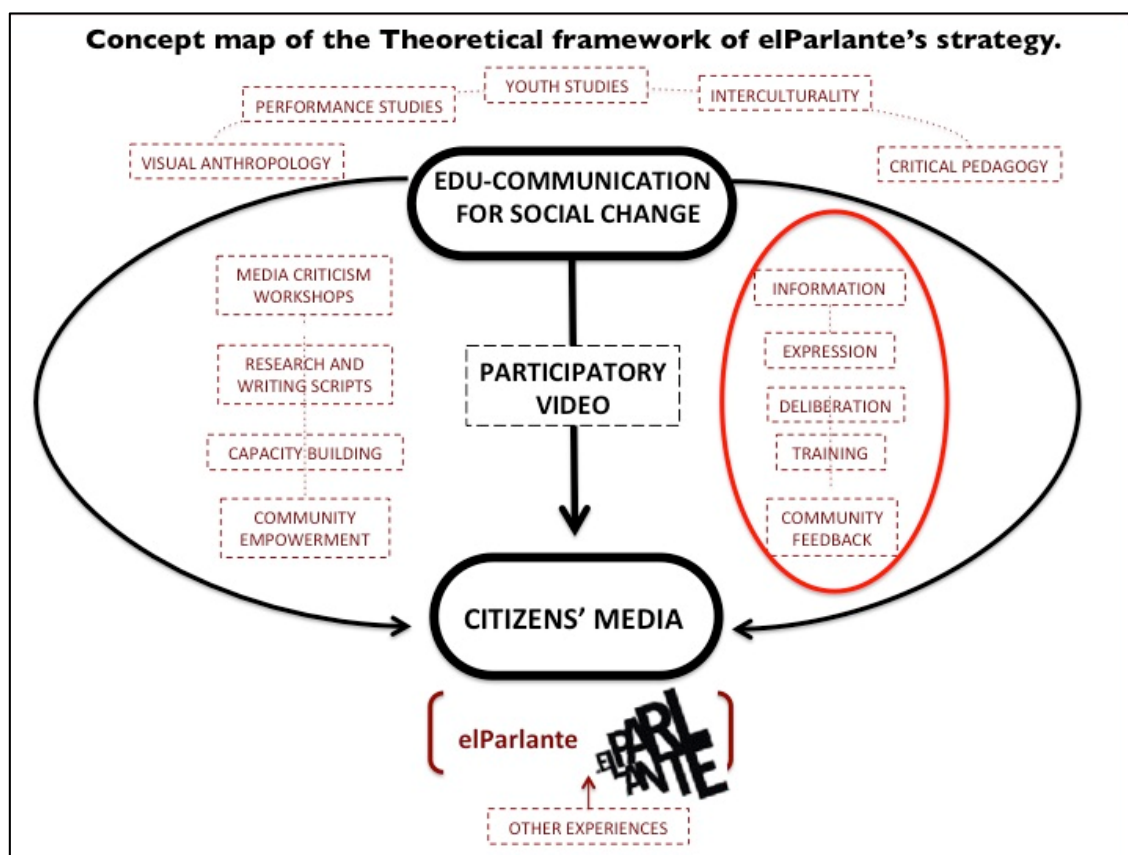
Conclusions

While the initial research questions were structured in terms of exploring the organization's narratives and uncover the methodological principles that govern EP's practices, the research process lead us to a different direction: how migrant identities shaped the organization origins and practices. The research process was in this sense rhizomatic –in Deleuze and Guattari (2004) terms– in that it explored multiple entry and exit points (in both the gathering and interpretation of data) so the research shifted direction whenever themes and research possibilities have emerged.

In this case, after interacting with EP's members and participants during semi-structured interviews, the project shifted its direction from the modelizing of EP's methodological approach into the exploration of migrant identities as a crucial step to understand EP's origins and practices. This situation presented a big challenge for the research team as far as it implied a new exploration of literature that could inform us about the implication of migration processes for people's identities and life projects. To enlighten our understanding of migrant's identity as a site of struggle between two worlds, we found Gloria Anzaldúa's (1987, 1999) ideas very powerful, as far as she reflects about the struggle of being in between, a duality embracing ambiguity and contradiction.

While the semi-structured interviews offered us a way to enter into the organization's narratives and pinpoint the importance of explore migrant's identities; the other set of methods –semiotic analysis and video elicitation– enabled us explore the audiovisual products created within the organization as an instantiation of its practices. As a consequence, putting together the outcomes of the interviews, in which interviewees provided a step-by-step description about projects of elParlante and the nature of the organization itself; the outcomes of the semiotic analysis of the videos and nourishing both of these bodies of data with the theoretical framework, it can be modelized the ECFSC-PV strategy of elParlante. Figure 1 shows the concept map of elParlante, all the discipline and fields that have influenced them and includes the five steps that the ECFSC-PV strategy (circled in red).

Figure 1. Theoretical framework and modelization of EFCS-PV strategy of elParlante



Source: Prepared by the author.

In relation to the application of EP's strategy in Ecuador, we consider that the interviews and the analysis of the videos produced by EP, along with the discussions and findings of the researchers arouse some interesting questions and challenges about the processes of elParlante that could be improved and reconsidered during the intervention in Ecuador. Based on the data mentioned above, the design of the strategy of elParlante in Ecuador will include the following steps:

- 1 *Information*: Participatory workshops that allow the youth to reflect about concepts such as identity, youth and participation using videos watching and media criticism.
- 2 *Expression*: Facilitate that the youth express their opinions about themselves, their environment, their capacities, talents and needs.
- 3 *Deliberation*: After doing fieldtrips to the communities, the youths identify two stories/topics that will be turned into two videos collectively produced.

- 4 *Training*: the youths will be trained on creating audiovisual pieces. They will be taught on how to use the cameras, tripod, microphones and the basics of editing software (due to time constraints the material will be edited mostly by the researcher and a technician).
- 5 *Community Feedback*: Disseminate and socialize the videos in a final event with all community members.

References

- Anzaldúa, G. (1987). *Borderlands: The new mestiza = La frontera*. San Francisco: Spinster/Aunt Lute.
- Barthes, R. (1980). *Camera Lucida: reflections on photography*. London: Jonathan Cape.
- Crocker, David (2008). *Ethics of global development: agency, capability, and deliberative democracy*. Cambridge New York: Cambridge University Press.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2004). *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*. London: Continuum.
- Downing, J. D. (2011). *Encyclopedia of social movement media. Mexico: Sage*.
- Freire, P. (1975). *Conscientization*. Geneva: World Council of Churches.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Haciendo Olas, historias de comunicación participativa para el cambio social. La Paz, Bolivia: The Rockefeller Foundation*.
- Kaplún, M (1998) *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, Ed. de la Torre.
- Lindlof, T.R., & Taylor, B.C. (2011). *Qualitative communication research methods* (3rd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mattingly, C. and Garro, L.C. (1994) *Narrative Representations of Illness and Healing. Social Science and Medicine, 38(6)*.
- Pérez Quintero, C. (2013). *Images to Disarm Minds: An Exploration of the "Pasolini en Medellín" Experience in Colombia*. (Electronic Thesis or Dissertation). Retrieved from <https://etd.ohiolink.edu/>.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape, an International Study of Citizen's Media*. United States: Hampton Press.
- Rodríguez, C. (Ed.) (2008). *Lo Que Le Vamos Quitando A La Guerra*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Rose, G. (2012). *Visual Methodologies, an introduction to researching with visual materials*. London: Sage.
- Rueda, O. (2007). *El autoconcepto en videoterapia*. Tesina, Zaragoza, Asociación Española de Terapia Gestalt.
- White, S. A. (2003). *Participatory video, images and transform and empower*. New Delhi: Sage publications.

Acknowledgements

The author thanks Alfredo Cohen Montoya from elParlante; Andrea Lafaurie at Universidad del Norte (Barranquilla-Colombia) and Rafael Crespo from Intercultura (Barcelona, Spain) for their collaboration in this research. Methodological advice was provided by Eve Ng, Brian Plow and Camilo Perez at Ohio University.

Biography

Jessica González Herrera is from Barranquilla, Colombia. Master's Candidate of Communication and Development Studies at Ohio University (Athens, OH. USA). Graduate Assistant at the Tropical Disease Institute, specifically doing research related to the Healthy Living Initiative, project aiming to construct a Chagas disease prevention model, which addresses the interrelated social, economic and political factors driving this disease. Jessica is co-founder of elParlante (Barcelona, Spain), a non-profit organization formed mostly by Communication professionals who work on the design, implementation and evaluation of Communication and Education strategies as a means to encourage young people and disadvantaged populations to take ownership of their own social transformations. Her undergraduate degree is in Political Science and Public Administration from the Universitat Pompeu Fabra in Barcelona, Spain, where she was also enrolled in a postgraduate program on African Societies and Development. Jessica's current research interests include non-formal and formal education in relation to youth, participatory video and community-based projects. E-mail: jess@elparlante.es, jg100313@ohio.edu.

El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI

The use of transmedia documentary as a tool for social change. Case analysis focused on gender inequalities in the XXI century

Arnau Gifreu-Castells, Universidad de Vic–Universidad Central de Cataluña

Resumen

El documental, como género propio de las formas de expresión narrativas de no ficción, ha experimentado una constante evolución a lo largo de su existencia. El último estadio del género documental sitúa el documental transmedia como un tipo de narrativa que expande sus contenidos a otros medios y plataformas, incentivando la participación de los usuarios. De este modo, la narrativa transmedia, aplicada al género documental, tiene la potencialidad de utilizar un conjunto de estrategias de empoderamiento ciudadano que desde la sociedad civil pueden contribuir a la transformación de las injusticias y las desigualdades sociales.

En este trabajo definiremos en primer lugar el concepto de documental en sus variadas denominaciones y caracterizaremos las distintas evoluciones que ha experimentado el género a lo largo de su historia. Posteriormente, a nivel metodológico, seleccionaremos un conjunto representativo de ejemplos y aplicaremos un modelo analítico diseñado para detectar potenciales estrategias efectivas que conviertan el documental transmedia en una herramienta indicada para incentivar el cambio social y la transformación de la sociedad. Los proyectos transmedia seleccionados para su análisis son *Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (2012), *Priya's Shakti* (2014) y *Las Sinsombrero* (2015). Como conclusión, los resultados indican que, en los casos analizados, estos documentales son usados como herramientas efectivas de comunicación, acción y coordinación a través de la participación y colaboración de individuos, colectivos u organizaciones.

Palabras clave

Documental transmedia; activismo; cambio social; desigualdades de género; estudio de casos.

Abstract

The documentary genre has undergone a constant evolution throughout its existence. The last stage of the documentary genre positions the transmedia documentary as a kind of narrative that expands its content to other media and platforms, encouraging user participation. Thus, transmedia storytelling applied to the documentary genre has the potential to use a set of citizen empowerment strategies from civil society, which can contribute to the transformation of the injustices and social inequalities.

*In this paper we will first define the concept of documentary in its various denominations and characterise the various developments that have experienced throughout its history. Secondly, at a methodological level, we will select a representative set of examples and apply an analytical model designed to detect potential effective strategies to become a specified tool to encourage social change and transformation of society. The transmedia projects selected for analysis are *Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (2012), *Priya's Shakti* (2014) and *Las Sinsombrero* (2015). In conclusion, the results indicate that, in*

the cases analysed, these projects are used as effective tools of communication, action and coordination through the participation and collaboration of individuals, groups or organizations.

Keywords

Transmedia documentary; activism; social change; gender inequalities; case studies.

Introducción

El documental es una forma de expresión propia de la narrativa de no ficción que ha experimentado una constante evolución desde su nacimiento. El invento del cinematógrafo, a finales del siglo XIX, permitió la forma audiovisual del documental basada en un discurso lineal. Un siglo más tarde, el cine documental y el medio digital interactivo se encontraron y apareció una nueva fórmula: el documental interactivo. En este nuevo formato la posición del espectador ante el relato pasa de ser pasiva a activa en un tipo de discurso que no sigue una progresión lineal única. El estadio actual del género, el documental transmedia, presenta los elementos sustanciales de una narrativa a través de varios soportes y plataformas con el fin de propiciar una experiencia unificada y coordinada.

Nuestra hipótesis de partida considera el documental transmedia como una herramienta potencial indicada para utilizar un conjunto de estrategias de empoderamiento ciudadano que desde la sociedad civil contribuyan a la transformación de las injusticias y a las desigualdades sociales. Esta función elevada del género ya fue explorada por otras iniciativas y corrientes anteriores en el campo documental, como las películas pertenecientes a las modalidades de representación participativa, reflexiva y performativa, según el análisis de Bill Nichols (1991, 2001), o el proyecto *Challenge for Change*¹ del National Film Board de Canadá (1967-1980). El enfoque sobre las temáticas sociales, la interactividad como estrategia de involucración, la llamada a la acción, y el compromiso y fidelización de la audiencia se conforman como un conjunto potencial de lógicas y dinámicas específicas que pueden resultar idóneas para incitar y estimular el activismo y el cambio social.

Para demostrar tal hipótesis, en primer lugar, definiremos y caracterizaremos las distintas evoluciones que ha experimentado el género documental a lo largo de su historia, incluyendo los conceptos de activismo social, participación y colaboración de la audiencia. A continuación, enumeraremos un conjunto de proyectos representativos de las tres formas narrativas propuestas: las propias del documental audiovisual,

¹ <https://www.nfb.ca/playlists/michael-brendan-thomas-waugh-ezra-winton/challenge-for-change/>.

interactivo y transmedia, y por último, justificaremos la elección de tres ejemplos concretos del ámbito a estudiar en relación con las desigualdades de género. Aplicaremos a los tres proyectos seleccionados –*Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (Frima Studio, 2013), *Priya's Shakti* (Devineni, 2014) y *Las Sinsombrero* (Balló y Torres, 2015)– un modelo analítico diseñado para detectar potenciales estrategias efectivas que nos permitan posicionar el documental transmedia como una herramienta para incentivar el cambio social y la transformación de la sociedad.

1. Evolución del género documental. De la forma audiovisual a la transmedia

A lo largo de la historia, el ser humano ha utilizado variadas formas de expresión narrativa para expresarse y comunicarse. Las formas de expresión oral iniciales de la humanidad –desde sonidos guturales hasta historias orales alrededor del fuego– dieron paso a las formas narrativas gráficas –de las ancestrales a las actuales en forma de libro ilustrado–, y posteriormente a la forma escrita –de los textos antiguos hasta los libros escritos.

En este trabajo nos vamos a focalizar en los estadios posteriores a las formas gráficas: en la forma narrativa visual, que utiliza indistintamente todo tipo de pantallas en la actualidad, como por ejemplo pantallas de cine, de televisión, interactivas, virtuales, etc., y finalmente en la forma transmedia, la fase actual de desarrollo de las formas narrativas.

La narrativa audiovisual lineal surge con el nacimiento del cine en 1895. Este tipo de narrativa se caracteriza por una producción de formatos audiovisuales de ficción y de no ficción que siguen un guion y discurso lineal.

Con el desarrollo de la tecnología digital, en la década de los años 80 apareció otra forma de expresión narrativa, la narrativa audiovisual interactiva. Esta nueva forma parte de la idea de que el espectador no es un ente pasivo sino por el contrario, alguien activo con capacidad de navegar e interactuar con los contenidos.

Durante los últimos años se ha producido una confluencia gradual de los distintos medios y lenguajes de la comunicación, un fenómeno llamado “multimedialidad” a mediados de los noventa y conocido en la actualidad como “convergencia de medios”. La digitalización y la aparición de las redes interactivas han supuesto un factor que ha desestabilizado a los medios tradicionales de comunicación. La convergencia

multimedia reclama nuevos lenguajes y nuevas formas de transmitir la información, un fenómeno que otorga a los medios interactivos digitales un mayor protagonismo en la época actual por su polivalencia y versatilidad.

Gracias a fenómenos como la convergencia y digitalización de medios y contenidos, ya en el siglo XXI emerge la forma de expresión narrativa denominada transmedia, que coexiste con las dos formas narrativas anteriores. Esta narrativa ya se viene usando hace bastantes siglos –como en los casos de la religión o la publicidad–, pero es a principios del presente siglo y gracias a factores como el aumento de la conectividad cuando se empieza a divisar y explorar su verdadero potencial narrativo.

1.1 La forma audiovisual del documental

Las primeras películas con movimiento eran grabaciones de no más de un minuto de duración denominadas “actualidades filmicas” (1895-1900). En ellas se narraban historias cotidianas basadas en la realidad. Anteriormente, los géneros literarios habían sido los primeros en establecer la dicotomía entre dos categorías generales: “ficción” y “no ficción”, dado que no existían las hibridaciones actuales y resultaba más fácil establecer unos límites rígidos entre géneros. Dada su existencia y aceptación general, se consideró la posibilidad de extrapolarlos a las películas.

Desde entonces, el término “no ficción” se ha presentado como un macro-género que abarca formas de expresión como las propias del documental, el periodismo (reportaje, crónica y noticia), el film ensayo, las películas científicas o de investigación, el vídeo con finalidades específicas (institucional, industrial o de propaganda), los materiales educativos, las películas de naturaleza o las películas de viajes y turísticas, entre otros.

John Grierson (1988) fue el primero en utilizar el término “documental” para calificar la película *Moana* (Flaherty, 1926), género que definió como “el tratamiento creativo de la realidad”. Posteriormente, otros autores han propuesto diferentes clasificaciones del género documental (Nichols, 1991, 2001; Barnouw, 1996; Barsam, 1992; Renov, 1993; Plantinga, 1997) que con el paso de los años se han constituido como interesantes sistemas de clasificación para el estudio del documental y de su discurso.

1.2 La forma interactiva del documental

A medida que el discurso cinematográfico se iba asentando, los avances

tecnológicos de finales del siglo XX posibilitaron un nuevo medio de expresión llamado “digital” o “interactivo”. Debemos la aparición y emergencia de ese medio a un conjunto de aportaciones de matemáticos e ingenieros que inventaron y desarrollaron instrumentos y lenguajes, actualmente denominados sistemas informáticos. Estos sistemas, que son capaces de almacenar, gestionar, integrar y procesar grandes volúmenes de información, permitieron plantear los fundamentos de este entorno de comunicación conocido con el nombre de “medio digital”.

Aunque el medio digital surgió medio siglo más tarde que los hermanos Lumière inventaran el cinematógrafo en 1895, su discurso se ha desarrollado de un modo exponencialmente superior debido al conjunto de conceptos teóricos sobre cultura digital y narrativa interactiva elaborados a partir de la segunda mitad del siglo XX por algunos autores (Aarseth, 2003; Landow, 2005; Manovich, 2001; McLuhan, 1987; Murray, 1999; Nelson, 1970; Scolari, 2013).

Los procesos de digitalización de la información y de la convergencia mediática han propiciado que los medios interactivos intervengan en el campo de la narrativa de no ficción, propiciando un nuevo espacio de experimentación donde los formatos y géneros resultantes desafían las lógicas tradicionales de producción, distribución y exhibición audiovisual. Todos estos profundos cambios hicieron surgir nuevos formatos en el campo de la narrativa de no ficción interactiva, como el ensayo y el documental interactivo, las series web documentales, el reportaje multimedia, las infografías y las técnicas de visualización de la información, entre otros.

En el ámbito del género documental, el documental audiovisual empezó a convivir, especialmente en los primeros años del siglo XXI, con el denominado “documental interactivo”, el resultado de la realización del cine documental en el medio digital interactivo. Dentro de la familia del documental interactivo predomina su forma web, el llamado “documental web”, pero también existen otras plataformas para su producción, distribución y exhibición, como el soporte físico o expandido (instalación, dispositivos de realidad virtual), las plataformas audiovisuales (cine y televisión) o las producciones multiplataforma (documental transmedia), entre otros.

1.3 La forma transmedia del documental

Denis y Luciana Renó (2013) señalan que la primera denominación del término “transmedia” proviene del concepto “trans-media music”, propuesto por el compositor y percusionista Stuart Saunders Smith en 1975. Smith entendía que la mezcla de sonidos

provenientes de diferentes ritmos, estilos e instrumentos musicales originaba una composición coral que iba más allá de los instrumentos convencionales e introducía un nuevo significado a la composición sonora resultante.

Marsha Kinder (1991) fue una de las pioneras en usar el vocablo “transmedia”, al calificar las empresas que usaban este tipo de narrativa a principios de los 90 de “supersistemas comerciales transmedia”. Igualmente, Henry Jenkins usó el término en un artículo titulado “Transmedia Storytelling” de la revista *Technology Review* (2003). El mismo Jenkins (2008: 101) propuso años más tarde su definición al afirmar que la estrategia transmedia radica en la “integración de múltiples textos para crear una narración de tales dimensiones que no se puede confinar a un único medio”².

La narración transmedia se erigió en objeto de estudio a principios del siglo XXI y tuvo continuidad a través de varias aportaciones posteriores del mismo Jenkins (2007, 2008, 2009 y 2011). Además de Jenkins, ya había empezado a surgir un conjunto de autores que presentaron teorías parecidas, como Janet Murray, Christy Dena, Derek Johnson, Geoffrey Long o Jason Mittel (Rodríguez Ferrándiz, 2014: 19).

Scolari (2013) afirma que la narrativa transmedia es la última etapa en la evolución de las formas narrativas, definiéndolas como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013: 46). Este rol activo adquirido por parte de los receptores se inicia cuando estos no se conforman con consumir el producto cultural, sino que se aventuran en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales (Scolari, 2014: 71). Durante los últimos años las discusiones académicas han perdido fuerza y los esfuerzos se han concentrado en ofrecer posibles estrategias de desarrollo de la industria cultural (Scolari, 2014: 72).

Si bien la producción de narrativa transmedia durante los últimos años se ha focalizado en la ficción, en el campo de la no ficción ya se están empezando a explorar las numerosas posibilidades que esta técnica narrativa ofrece. Los discursos políticos, científicos, religiosos y educativos poco a poco comienzan a utilizarse en un entorno transmedia (Scolari, 2014: 73). También la publicidad (*Axe*), el documental (*Herod's Lost Tomb; Guernica, pintura de guerra; Highrise*), los *newsgames* (*September 12, Madrid*), las infografías interactivas y la visualización de datos (*The New York Times*,

² La traducción al español es del autor de este trabajo.

The Guardian), y el periodismo (*Cutthroat Capitalism*) parecen apuntarse a esta tendencia de producción.

En relación al documental, cabe destacar proyectos pioneros nacionales como *Guernica, pintura de guerra* (Torres y Vallès, 2007) o internacionales como *Herod's Lost Tomb* (*National Geographic*, 2008), aunque la obra de más entidad producida en los últimos años posiblemente sea *Highrise* (Cizek, 2009-2014) del National Film Board of Canada.

1.4 Activismo social en el documental

Podemos definir el activismo como la acción intencional de personas para conseguir cambios sociales, políticos, económicos o ambientales. Tim Jordan (2002) explica el concepto de manera precisa al definirlo como ejemplos de personas que actúan juntas fuera de los canales institucionales “normales”. Y continúa diciendo que el activismo nace cuando las personas reconocen en el otro la voluntad y el deseo de cambiar las rutinas de la vida.

En un contexto digital, las redes sociales, los blogs o los vídeos son prácticas usadas cada vez más para fines sociales por parte de los usuarios. Los medios sociales han demostrado su utilidad en la difusión de información y movilización de protestas, como evidencian los casos de Irán después de la elección de Mahmud Ahmadineyad en 2010, la primavera árabe en el caso de Egipto en 2011, o contra los intentos de diferentes gobiernos para controlar y subvertir los medios de comunicación de diferentes países (Sreberny y Khiabany, 2010).

En los últimos años, los mismos avances en la tecnología que posibilitaron que el documental interactivo floreciera, han facilitado una nueva ola de activismo social. Considerando la capacidad de los documentales interactivos y transmedia para crear y construir comunidades globales en línea e involucrar activamente a sus usuarios, combinado con el carácter colectivo del activismo, es razonable sugerir que un posible papel para el documental digital en el activismo de hoy en día podría ser el de permitir a personas con ideas afines actuar conjuntamente sobre los problemas del mundo real.

Una experiencia pionera de activismo en la práctica documental fue el programa *Challenge For Change: Activist Documentary*, del National Film Board de Canadá. En 1967 se envió un equipo a la isla de Pogo, una región canadiense de Navanut, para documentar las quejas de la comunidad inuit sobre las políticas de desalojo que los nativos estaban sufriendo. Como resultado de ello, los reporteros decidieron realizar

pequeños cortometrajes dirigidos por los propios miembros de la comunidad.

1.5 Prácticas participativas y colaborativas en el documental

Durante los últimos años, se ha producido un número creciente de documentales interactivos y transmedia que se construyen a partir de las aportaciones de los usuarios y donde la audiencia juega un papel crucial en la construcción de la narrativa. Como han señalado varios autores (Gillmor, 2006; Jenkins, 2006; De Roeper y Luckman, 2009), el aumento en la creación de contenidos participativos y colaborativos se debe en buena parte a la aparición y rápido desarrollo de Internet. *Mapping Main Street*³ (Kara Oelher y Jesse Shapins, 2010), por ejemplo, es un intento de recoger imágenes e historias de más de 400 calles principales de los Estados Unidos, animando a la audiencia a proponer contenidos relacionados con la calle principal de su localidad.

*18 Days in Egypt*⁴ (Jigar Mehta y Yasmin Elayat, 2011), por otra parte, es un proyecto documental que tiene como objetivo generar contenidos a partir de las experiencias *in situ* que vivieron los que se encontraban en Egipto durante la revolución de 2010. Otro ejemplo clave es *Life in a Day*⁵ (Kevin Macdonald, 2010), que recoge testimonios de lo que significó la vida de muchas personas el día 24 de julio de 2010. Para editar este documental recibieron más de 4500 horas de vídeo en 80 000 clips de vídeo en YouTube. Si bien cada uno de estos proyectos se acaba convirtiendo en una narración, la comunidad que se forma alrededor del proyecto proporciona la estructura del proyecto en primera instancia, y lo mantiene activo una vez se ha hecho público.

*Goa Hippy Tribe*⁶ (Darius Devas, 2010) es otro ejemplo paradigmático de documental colaborativo creado en buena parte gracias a la red social Facebook. El documental se centra en un grupo de personas que habían formado parte de la comunidad hippie en Goa (India) durante la década de 1970. El grupo de Facebook, durante sus dos primeros años de vida (2009-2011), alcanzó la cifra de más de 20 000 seguidores. Trece entrevistas de vídeo del director formaron la columna vertebral del documental, pero el público contribuyó en gran medida a crear todo el contenido complementario.

Además de otras estrategias, en este tipo de proyectos la interacción pasa por redes sociales asociadas (mensajes, comentarios, chat, etc.) para fomentar la formación

³ Consultar proyecto en esta dirección web: <http://www.mappingmainstreet.org/>.

⁴ Consultar proyecto en esta dirección web: <http://beta.18daysinegypt.com/>.

⁵ Consultar proyecto en esta dirección web: https://www.youtube.com/watch?v=JaFVr_cJJIY.

⁶ Consultar proyecto en esta dirección web: <http://www.sbs.com.au/goahippytribe/>.

de una comunidad entre aquellos que se muestran más activos en relación con un proyecto. La producción de este tipo de proyectos es un proceso de colaboración que debe tener en cuenta la comunidad de producción, con su dinámica particular e identidad como factores centrales para la creación de contenidos. La comunidad no está orientada hacia la realización del producto sino que está involucrada en un proceso continuo de acumulación e interpretación.

Mandy Rose (2011) propone cuatro modelos categóricos en relación a las lógicas de colaboración documentales. En el primer modelo, “La multitud creativa”, varios participantes contribuyen con fragmentos para crear una narrativa unificada y coherente. Las unidades de contenido no tienen mucho sentido por sí mismas, pero el valor y el significado se acumulan a medida que se unen, produciendo una estética distintiva basada en la repetición. Aunque no se trate de un documental, la autora cita *The Johnny Cash Project*⁷ (Chris Milk, 2010) como ejemplo que ilustra este modelo.

En “Los observadores participantes”, el segundo modelo propuesto por Rose, los cineastas y participantes se implican en el proyecto en una lógica colaborativa. Los participantes deciden qué y cuándo filman y la historia que quieren contar, pero su papel en la forma final del contenido puede variar. Aunque la observación filmada es tan antigua como el documental, Rose considera en su análisis actual la prevalencia de estos observadores como significativos. Este modo tiene que ver con la multiplicidad, donde el contenido se organiza en una base de datos producida a través de la experiencia interactiva del usuario.

Al tercer modo lo llama “La comunidad con propósito”, donde un grupo de participantes toma parte en una producción con un objetivo común en torno al cambio social, pudiendo estar involucrados en la generación del contenido, o abarcando otras funciones durante el proceso, como la que los residentes realizan en el proyecto *Highrise* (Katerina Cizek, National Film Board of Canada, 2009-2015). Los proyectos analizados en la muestra de este artículo se enmarcarían en esta categoría.

En el cuarto modo, denominado “Las huellas de la multitud”, se hace referencia al “documental semántico”, es decir, proyectos que introducen un nuevo aspecto a la colaboración mediante la generación de contenidos a partir de la conexión y uso de la información disponible en las redes sociales, uniendo a una multitud potencialmente anónima, los contribuyentes. En esta categoría Rose menciona *One millionth Tower*⁸

⁷ Consultar proyecto en esta dirección web: <http://www.thejohnnycashproject.com/>.

⁸ Consultar proyecto en esta dirección web: http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/lmt_webgl.php.

(Katerina Cizek, National Film Board of Canada, 2011) y *18 Days in Egypt* (Jigar Mehta y Yasmin Elayat, 2011).

2. Metodología

2.1 Proyectos representativos

Para delimitar algunas obras representativas de las tres formas narrativas estudiadas –audiovisual, interactiva y transmedia– en relación con el activismo y el cambio social, hemos elaborado tres tablas que contienen una selección de casos representativos de los tres ámbitos estudiados.

Tabla 1. Selección de proyectos representativos de documental audiovisual

Nombre proyecto	Productor, año	Descripción
<i>Challenge for Change</i> (Desafío para el Cambio)	National Film Board of Canada, 1967-1980	Proyecto de cine y vídeo participativo cuya finalidad es abordar las preocupaciones sociales de las distintas comunidades de Canadá. La iniciativa nació fruto de la creencia de que el cine y el vídeo eran herramientas útiles para iniciar el cambio social y la eliminación de la pobreza.
<i>Des marelles et des petites filles</i> (La Rayuela y las niñas)	Marquise Lepage. Virage Inc., 1999	Proyecto que analiza las diferencias entre sexos. En algunas sociedades, mientras los varones compiten y se ejercitan para la guerra, las mujeres se esfuerzan por mantener el equilibrio en medio de sistemas sociales que las marginan y las explotan cruelmente.
<i>Super Size Me</i> (Super engórdame)	Morgan Spurlock, 2004	Documental que muestra la evolución física y los efectos psicológicos del director durante el mes que subsistió con la alimentación exclusiva de McDonald's. El factor que impulsó a Spurlock para llevar a cabo este experimento fue la creciente propagación de la obesidad en Estados Unidos.
<i>An Inconvenient Truth</i> (Una verdad incómoda)	Davis Guggenheim, 2006	Documental presentado por Al Gore (ex vicepresidente de los Estados Unidos durante el mandato de Bill Clinton) sobre los efectos del calentamiento global generado por la actividad humana sobre el planeta. Por la autoría de este documental, Al Gore obtuvo el Premio Nobel de la Paz en octubre de 2007, premio que comparte con el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de Naciones Unidas.
<i>Les réfugiés de la planète bleue</i> (Los refugiados del planeta azul)	Hélène Choquette y Jean Philippe Duval. Virage Inc., 2007	Documental que se centra en millones de personas sometidas al desplazamiento obligado por cuestiones ambientales. Las presiones ejercidas sobre poblaciones rurales deterioran su medio vital y las expulsan de sus culturas y de sus modos de vida, convirtiéndolas en refugiados medioambientales.
<i>The Cove</i> (Operación delfín)	Louie Psihoyos, 2009	Documental que describe la caza anual de delfines en el Parque Nacional de Taiji, en Japón, desde el punto de vista de los activistas anti-caza de delfines. Estos sostienen que la película está teniendo un impacto en la forma en que los pescadores japoneses normalmente realizan la cacería de estos animales. La obra ha ganado más de 25 galardones cinematográficos, entre ellos el Oscar al mejor documental.
<i>Océans de plastique</i>	Sandrine Feydel.	Los océanos se están convirtiendo en el mayor vertedero

<i>(Océanos de plástico)</i>	Via Découvertes Production, 2009	de basura del mundo. Cada kilómetro cuadrado contiene un promedio de 74.000 piezas de plástico. Estos residuos matan a cientos de miles de animales cada año y sus productos químicos entran lentamente en la cadena alimentaria. El documental se cuestiona cuál será el impacto a largo plazo de esta contaminación de plástico, y qué podemos hacer para limpiar nuestros océanos.
------------------------------	----------------------------------	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Selección de proyectos representativos de documental interactivo

Nombre proyecto	Productor, año	Descripción, URL
<i>18 Days in Egypt (18 Días en Egipto)</i>	Jigar Mehta y Yasmin Elayat. Emerge technology, 2011	Proyecto que empodera a los participantes y testigos oculares de la llamada "primavera árabe" en Egipto. Les proporciona a los egipcios herramientas para explicar la historia desde su perspectiva y construir un documental de vida que contribuye al diálogo en torno a la democracia en el siglo XXI.
<i>Child of Mine (Niños de las minas)</i>	Guilhem Alandry. Doculab, 2014	Mozambique sigue teniendo una de las tasas de mortalidad infantil más altas del mundo debido, en buena parte, al escaso acceso a agua potable. El proyecto cuenta cómo el programa rural de <i>Wateraid</i> se ha centrado en mejorar esta situación en dos de las provincias más afectadas de este país.
<i>Coffe vs gangs (Café vs. bandas)</i>	Kenco, 2014	Una iniciativa que ayuda a los jóvenes que se enfrentan a situaciones difíciles como la pobreza, el abandono o la deportación, con el propósito de hacer de ellos un punto de referencia para muchos otros que prefieren acudir a las pandillas para darles solución a sus propias condiciones de vida.
<i>Disaster resilience journal (Diario de Capacidad de Recuperación ante Desastres)</i>	Dirección General de Ayuda Humanitaria y Protección Civil de la Comisión Europea (ECHO), Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR), Sociedades Nacionales de Europa y del Mundo, 2014	Este documental interactivo pretende llamar la atención sobre la importancia de fomentar la información y la preparación de la población de zonas vulnerables ante desastres naturales, de tal forma que puedan reducirse riesgos y consecuencias incidiendo directamente en comunidades locales. Se examina cómo los individuos, las comunidades y los países de todo el mundo están reforzando su capacidad de recuperación en un entorno de cambio climático y cambios sociales, económicos y culturales.
<i>The Invisible Picture Show (El espectáculo del cuadro invisible)</i>	Tim Hawkins	Documental que da voz a los jóvenes en los centros de detención de inmigrantes de todo el mundo, haciendo uso de las llamadas telefónicas de niños retenidos en los centros de detención sin papeles, con el objetivo de visualizar una realidad existente poco explicada por los medios de comunicación.
<i>Quipu Project (Proyecto Quipu)</i>	Chaka Studio, 2013	Documental interactivo sobre las mujeres y hombres que fueron esterilizados en Perú a mediados de los 90. Usando una línea de teléfono especialmente desarrollada y una interfaz web, los afectados pueden contar su historia con sus propias palabras llevándola a una audiencia internacional.
<i>Filmmaker in residence (Cineasta en residencia)</i>	Katerina Cizek, Highrise. National Film Board of Canada, 2006	Programa del National Film Board que narra el internamiento de una cineasta en un hospital con la intención de tender puentes y crear conexiones con doctores, pacientes, familiares, trabajadores

		sociales, etc. El documental web resume el trabajo realizado por la directora durante 4 años en el Hospital St. John del centro de Toronto.
--	--	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Selección de proyectos representativos de documental transmedia

Nombre proyecto	Productor, año	Descripción, URL
<i>Highrise</i> (Crecimiento en altura)	Katerina Cizek. Highrise. National Film Board of Canada, 2009-2015	Documental multiplataforma sobre los residentes de rascacielos de diferentes partes del mundo y sus puntos de vista en relación al planeta y la población urbana, intentando mejorar su calidad de vida a través del documental y la tecnología digital.
<i>The Question Bridge: Black Males</i> (Pregunta puente: hombres negros)	Chris Johnson, Hank Willis Thomas, Bayeté Ross Smith and Kamal Sinclair, 2011	Proyecto multiplataforma realizado con la voluntad de crear un espacio de diálogo y de expresión para la comunidad afroamericana.
<i>Land of opportunities</i> (Tierra de oportunidades)	Luisa Dantas, 2012	Proyecto transmedia que a través de los ojos de los urbanistas, los residentes desplazados, trabajadores inmigrantes, desarrolladores, activistas comunitarios, artistas y residentes de vivienda pública se cuestiona qué tipo de ciudades queremos habitar en el siglo XXI.
<i>Half the sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide</i> (La mitad del cielo: transformando la opresión en oportunidad para las mujeres en el mundo)	Frima Studio, 2013	Proyecto transmedia que denuncia las diferentes formas de opresión a la mujer en gran parte del mundo. El aspecto más destacable de este movimiento es su configuración como un proyecto multiplataforma que ha producido series de televisión, páginas web, videojuegos, blogs y cualquier tipo de herramienta que se perciba como eficaz para la difusión de su mensaje entre diferentes tipos de públicos.
<i>0 responsables</i>	Barret Films, 2014	Investigación judicial sobre el accidente de metro de Valencia en 2006 a través de diferentes medios y plataformas que permiten formar una comisión de investigación ciudadana con testigos que aportan datos relevantes y que fueron vetados en la investigación judicial.
<i>Priya's Shakti</i> (La fuerza de Priya)	Ram Devineni. Rattapallax, 2014	Proyecto transmedia que a través de un cómic con realidad aumentada combina la narrativa ancestral del hinduismo con la innovación de las nuevas tecnologías. Priya es un personaje de ficción que representa la realidad de las 93 mujeres que cada día son violadas en la India, con la finalidad de cambiar la actitud de toda una sociedad que permite y justifica la agresión sexual contra las mujeres.
<i>Las Sinsombrero</i>	Tània Balló y Serrana Torres. IntropíaMedia, 2015	Un proyecto transmedia que pretende recuperar, divulgar y perpetuar el legado de las artistas olvidadas de la Generación del 27 y demostrar cómo su obra, sus acciones y su valentía fueron y son fundamentales para entender la cultura y la historia de un país que nunca las reivindicó.

Fuente: elaboración propia

2.2 Criterios de selección de casos para su estudio comparado

De la Tabla 3, hemos seleccionado tres propuestas para abordar las desigualdades de la mujer en el siglo XXI desde tres ópticas diferentes: por una lado, un proyecto que abarca todo tipo de opresiones realizadas a las mujeres y a través del activismo las intenta erradicar (*Half the sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide*); un segundo proyecto que pone el énfasis en opresiones físicas como maltratos, vejaciones, violaciones, etc. (*Priya's Shakti*), y un último ejemplo focalizado en las cuestiones intelectuales y el olvido de un colectivo de mujeres (*Las Sinsombrero*).

Hemos acotado la muestra a estos tres proyectos y a esta temática porque creemos que a) el género femenino es uno de los colectivos más desamparados y donde el documental transmedia puede operar de manera determinante, atendiendo a los datos que afirman que en el ámbito documental interactivo y transmedia cada vez hay más directoras con este tipo de sensibilidad por los derechos de género y por sacar a la luz las desigualdades y abusos sistemáticos a los que las mujeres han sido víctimas a lo largo de la historia (varios ejemplos de reconocidas cineastas como Katerina Cizek, Brenda Longfellow, Ellaine McMillion, etc.); y b) porque los consideramos representativos, equilibrados y coherentes en la combinación que hacen de la narrativa y el uso de medios y plataformas dentro de la forma de expresión narrativa transmedia.

2.2.1 *Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (2012)

Se trata de una campaña lanzada a finales de 2012 por Nicholas Kristof y Sheryl WuDunn, autores del bestseller *Half the Sky* (2009), un libro que relata el problema del negocio de esclavas sexuales en todo el mundo. La narrativa transmedia se origina en este caso en un libro y se expande hacia otras plataformas como una serie de televisión, juegos en Facebook y para móviles, sitios web y materiales educativos, todas conjuntamente integradas y orientadas hacia los objetivos estratégicos del movimiento.

El sitio web se encarga de coordinar todo el flujo de información producido por el movimiento, reforzado por una amplia estrategia de medios sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Tumblr, Google+ y Foursquare), así como un juego de Facebook y tres juegos para móviles que tratan sobre la temática de la mujer en el tercer mundo. Para desplegar todos los medios y plataformas involucrados, el proyecto ha

contado con donaciones y aportes multimillonarios por parte de organismos como la Fundación Rockefeller, la Fundación Ford, la Fundación de las Naciones Unidas y el Fondo Nacional de las Artes, iniciativas como *Games for Change* y empresas como Facebook e Intel.

2.2.2 *Priya's Shakti* (2014)

Priya's Shakti cuenta la historia de una mujer que es víctima de una violación en la India actual y además debe afrontar la vergüenza, indiferencia y abandono por parte de su familia. En su desesperación, Priya se refugia en el bosque, donde encuentra a su mayor aliada: la diosa Parvati. El proyecto es una ficción muy real porque la iniciativa surgió a partir de la brutal violación y subsecuente muerte de una chica india, Nirbhaya, en un bus de Nueva Delhi. La narrativa tiene como objetivo la denuncia de la violencia de género en la India. La protagonista representa una mujer india corriente y a su vez a toda la sociedad femenina, una metáfora de la necesaria transformación cultural para acabar con la pasividad ante la violencia actual debido a las leyes imperantes del sistema patriarcal indio.

El proyecto transmedia lo componen un cómic, instalaciones públicas, una aplicación de realidad aumentada, una galería virtual de la ropa que víctimas reales usaron cuando fueron atacadas, el uso de redes sociales, arte urbano y una web. La versión en realidad aumentada de algunas partes del cómic ofrece historias reales de mujeres víctimas de violencia sexual en la India a través de vídeos, audios e incluso animaciones dibujadas por niños y niñas de Dharavi, uno de los suburbios más grandes de Mumbai. La realidad de la violencia sexual logra establecerse en diferentes medios y de ahí salta a las redes sociales, a través del hashtag *#StandwithPriya*.

Previo al proceso de creación, los creadores realizaron una investigación de más de un año recogiendo entrevistas en distintas partes de India, Tailandia y Camboya con supervivientes de la violencia sexual gracias al trabajo directo con la organización de lucha contra el tráfico de mujeres Apne Aap.

2.2.3 *Las Sinsombrero* (2015)

Las Sinsombrero es una producción transmedia que recupera el legado y la memoria de las mujeres que pertenecieron a la Generación del 27 española para demostrar que su obra, sus acciones y su valentía son fundamentales para entender la cultura y la historia de España. El proyecto incide en otro ejemplo de olvido sistemático

del género femenino a lo largo de la historia, en este caso en relación a cuestiones intelectuales y artísticas de un grupo brillante de jóvenes mujeres.

La narrativa cuestiona el hecho que no haya nombres de mujeres entre los miembros de la Generación del 27, para con ello explicar lo que suponía ser mujer y artista en el contexto de aquella época. Lo interesante de esta propuesta es que va más allá de ser un documental para web, pues también se han creado plataformas (como el Wikiproyecto, la estrategia de difusión a través de las redes sociales y la difusión vía centros culturales) con el fin de que el mensaje se difunda y alcance el objetivo de ser un proyecto educativo reconocido por el Ministerio de Educación español que se integre en asignaturas de escuelas, institutos y universidades.

4 Modelo de análisis

4.1 Propuesta de modelo de análisis

Para poder analizar el uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social, hemos dividido la propuesta de modelo de análisis en tres categorías: en la primera (A) determinaremos algunas variables (temática y elementos de la narrativa) con el objetivo de justificar que los proyectos de la muestra se pueden circunscribir dentro del género documental a partir de dos sub-categorías: el tema tratado (A1) y los elementos narrativos que articula para transmitir el mensaje (A2). Esta primera categoría nos ofrecerá pistas sobre el sujeto tratado, lo que determinará en última instancia qué tipo de estrategia puede ser más efectiva para tratar cada tema.

La segunda categoría despliega los elementos transmediales del proyecto con el objetivo de confirmar si el proyecto cumple los requisitos para ser considerado como un documental transmedia. Las dos subcategorías aquí elegidas son los medios y plataformas (B1) y la participación de los usuarios (B2), los dos aspectos clave descritos por algunos teóricos (Jenkins, 2003; Pratten, 2011; Scolari, 2011) de este tipo de narrativa.

Finalmente, la categoría C es la categoría clave en este modelo donde establecemos 5 niveles de profundidad (C1-5). Una vez considerada la obra como documental transmedia y descritas sus partes en relación a la narrativa y el discurso (A) y a la forma y estructura (B), el siguiente paso es analizar de qué forma estos proyectos articulan el cambio social o el proceso de transformación para los que fueron creados. Se analizan aquí como sub-categorías los objetivos perseguidos por cada proyecto para

conocer sus intenciones (C1), las estrategias o medidas adoptadas para conseguir esos fines (C2), cual ha sido el nivel de respuesta de los receptores (C3), qué impacto ha causado en diferentes estratos de la sociedad (C4), y si los resultados del plan trazado han sido cuantificados de algún modo (C5).

Una vez obtenidos los resultados de los análisis de la muestra seleccionada, procederemos a realizar una comparativa de los resultados extraídos para sacar algunas conclusiones. Para poder analizar si los proyectos seleccionados cumplen algunos requisitos clave en relación al cambio y activismo social actual, exponemos las categorías y subcategorías planteadas en la siguiente tabla, con una breve descripción y algunos posibles indicadores.

Tabla 4. Propuesta de modelo de análisis

CATEGORIA	SUB-CATEGORIA	DESCRIPCIÓN	INDICADORES
(A) GÉNERO DOCUMENTAL	A1. TEMÁTICA	Tipo de temática de no ficción	Desigualdades sociales, falta de recursos, cambio climático, etc.
	A2. ELEMENTOS NARRATIVOS DE LA REALIDAD	Elementos que utiliza el proyecto relacionados con el ámbito de lo real	Documental audiovisual, interactivo, entrevistas, noticias, actividades, acciones, etc.
(B) NARRATIVA TRANSMEDIA	B1. MEDIOS Y PLATAFORMAS	Medios y plataformas que utiliza	Web, TV, Soportes ópticos, instalación, multiplataforma, etc.
	B2. PARTICIPACIÓN USUARIOS	Tipo de participación de los usuarios	Interacción, colaboración, participación, aportación redes, campaña viral, participación talleres, acciones físicas, etc.
(C) ARTICULACIÓN CAMBIO SOCIAL	C1. OBJETIVOS	Tipo de cambio que se pretende impulsar y alcanzar	Cambios estructurales, cambios en la esfera de poder, movilización ciudadana, presión organismos e instituciones, lucha contra abusos y desigualdades, etc.
	C2. ESTRATEGIAS / MEDIDAS / E-TÁCTICAS	Iniciativas, acciones y actividades realizadas para lograr el objetivo determinado. Tipo de dinámicas de incentivación	Llamada a la acción, viralización web, expansión a otros medios-plataformas, estrategia de marketing-branding, acciones físicas (manifestaciones, reuniones, etc.), etc.
	C3. NIVEL DE RESPUESTA	Grado de involucración en el relato por parte de la audiencia	Navegación, interacción, colaboración, participación, co-creación.
	C4. IMPACTO	Grado de penetración de las estrategias-medidas realizadas en	Visitas recibidas, comentarios, visualización de vídeos, aportes al

		individuos, colectivos, organismos e instituciones	proyecto (dinero, actividades, etc.), participación y seguidores en redes sociales, denuncias, convocatorias físicas, empoderamiento ciudadano, etc.
	C5. RESULTADOS	Tipo de resultados obtenidos. datos cualitativos y cuantitativos	Respuesta ciudadana, cambios de políticas, ceses y destituciones cargos, sensibilización opinión pública, creación de nodos de activismo, premios y reconocimientos, re-apertura casos-procesos judiciales, etc.

Fuente: elaboración propia

4.2 Propuesta y aplicación del modelo de análisis

A continuación hemos aplicado las sub-categorías y sus indicadores a los tres proyectos seleccionados como casos de estudio.

Tabla 5. Aplicación del modelo de análisis a los tres casos de estudio

CATEGORIA	SUB-CATEGORIA	<i>Half the Sky</i>	<i>Priya's Shakti</i>	<i>Las Sinsombrero</i>
(A) GÉNERO DOCUMENTAL	A1. TEMÁTICA	Formas de opresión a la mujer en todo el mundo	Abuso sexual mujeres en la India	Recuperación legado memoria histórica generación femenina española
	A2. ELEMENTOS NARRATIVOS DE LA REALIDAD	-Libro -Serie documental -Vídeos educativos	-Entrevistas (visualizaciones como parte de la RA a través del cómic) -Talleres formación para la elaboración de cómics -Campaña viral sensibilización	-Documental lineal -Documental web -Clases magistrales
(B) NARRATIVA TRANSMEDIA	B1. MEDIOS Y PLATAFORMAS	-Libro -Serie documental -Redes sociales - Vídeos educativos -Música (canciones) -Web -Juego redes sociales y móviles	-Web -Cómic -Aplicación Realidad Aumentada -Campaña viral -Redes sociales -Talleres -Arte urbano -Web	-TV -Webdoc -Redes sociales -Wikiproyecto (educación) -Juego - <i>Edutainment</i>

	B2. PARTICIPACIÓN USUARIOS	-Aportación redes sociales -Campaña viral -Blog con contenidos generados por usuarios -Promoción entrada estreno documental	-Aportación redes sociales -Campaña viral usando <i>hashtag</i> - Participación talleres -Generación arte urbano	-Aportación redes sociales -Wikiproyecto -Juego para conocer a las mujeres -Investigación doctoral
(C) ACTIVISMO SOCIAL	C1. OBJETIVOS	Erradicar todas las formas conocidas de opresión a la mujer	Acabar con el abuso sexual continuado e indiscriminado de mujeres en la India	Recuperar y preservar la memoria histórica de una generación literaria y de artistas femenina (generación del 27)
	C2. ESTRATEGIAS / MEDIDAS	-Campaña masiva de sensibilización de medios sociales -Vídeos educativos para corregir comportamientos sexistas -Gamificación de situaciones -Presentación proyecto en festivales y premios	-Campaña de sensibilización usando <i>Twitter</i> -Trabajo en las calles a través de arte urbano -Talleres para elaborar cómics sobre temas sociales -Historias de vida de chicas violadas -Presentación proyecto en festivales y premios	-Llevar el proyecto a las aulas - herramienta pedagógica y educativa -Campaña de sensibilización en medios sociales -Generar una base de datos con aportaciones de los usuarios sobre mujeres anónimas -Presentación proyecto en festivales y premios
	C3. NIVEL DE RESPUESTA	-Navegación por la información de la web -Interacción con contenidos educativos y música -Participación en juegos -Gente interesada en festivales -Grupos de trabajo	-Navegación (lectura) por el comic -Interacción con realidad aumentada - Colaboración utilizando <i>hashtag</i> y viralizando el proyecto - Participación en arte urbano por ciudades de la India -Gente interesada en festivales	-Navegación e interacción por el documental web - Colaboración con el wikiproyecto -Participación en juego y <i>edutainment</i> - Co-creación de contenidos para añadir a la base de datos de mujeres olvidadas -Gente interesada en festivales -No hay más indicadores

				porque hace poco tiempo que se presentó
	C4. IMPACTO	-Respuesta ciudadana -Sensibilización opinión pública -Creación de nodos de activismo	-Sensibilización opinión pública -Creación de nodos de activismo	-Participación ciudadana -No hay más indicadores porque hace poco tiempo que se presentó
	C5. RESULTADOS	-Conocimiento a nivel global de tipos de opresión a la mujer	-Sensibilización sociedad india -Presión social por parte de varios estratos y castas -Acceso al conocimiento por parte del sector más desfavorecido	- Implementación educativa y didáctica en universidades españolas y latinas -Conocimiento de la sociedad de autoras de la generación del 27

Fuente: elaboración propia

4.3 Resultados extraídos del análisis

Vamos ahora a desglosar cada sub-categoría y a enumerar cuales son las tendencias predominantes en la muestra de proyectos seleccionada.

En la primera sub-categoría analizada (A1 - Temática), uno de los proyectos trata de las desigualdades de las mujeres a nivel global y dos se focalizan en países concretos (India y España). En relación al tipo de desigualdades, no solo atañen al nivel físico (agresiones, violaciones, vejaciones) sino también al intelectual de las mujeres (ignorancia, marginación, discriminación).

En relación a los elementos narrativos de la realidad (A2), el documental lineal (largo o serie) acostumbra a ser un elemento utilizado. El material videográfico extraído de la realidad que conforma estos documentales (entrevistas, historias de los personajes, etc.) es una constante en los tres proyectos. Algunos formatos educativos también son utilizados de forma constante en las tres propuestas estudiadas (vídeos, talleres, clases magistrales, etc.).

Los medios y plataformas (B1) más utilizados son una web de presentación, elemento indispensable para dar a conocer el proyecto y sus intenciones (el webdoc puede ejercer la función de web de presentación también, como en el caso de *Las Sinsombrero*), así como una estrategia de difusión en las redes sociales. Los juegos y las aplicaciones también son plataformas utilizadas en las tres propuestas analizadas.

En relación a la participación (B2), los usuarios demuestran actividad en los tres proyectos, tanto en las redes sociales como en las campañas virales. En algunos casos el usuario puede hasta co-crear, como es el caso de la generación de arte urbano anónimo (pinturas) en el proyecto *Priya's Shakti* o al aportar y justificar a una mujer en el webdoc de *Las Sinsombrero*.

Los objetivos (C1) varían entre lo más generalista del primer proyecto estudiado – erradicar todas las formas femeninas de opresión– hasta los más específicos –abuso sexual y recuperación del legado histórico de mujeres artistas.

Como estrategias y medidas predominantes (C2) hemos detectado las campañas de sensibilización (virtuales y físicas) a partir de los medios sociales o en la misma calle, así como la formación para concienciar y ofrecer herramientas activas a los interesados para que las usen en el día a día y en su entorno (vídeos educativos, talleres, trabajar una parte del proyecto en las aulas, etc.). Otra forma indirecta de hacer difusión como estrategia es la presentación de los proyectos en festivales, generando interés y actividad en el público.

En relación al nivel de respuesta (C3), dos de los tres proyectos tienen sistemas de medición de visitas (Google Analytics, comentarios), mostrando niveles altos de seguimiento y respuesta por parte de los usuarios⁹.

El impacto derivado de las estrategias-medidas tomadas y el nivel de respuesta obtenido (C4) se traduce básicamente en respuesta y participación ciudadana, que por extensión se convierte en sensibilización de la opinión pública.

Los resultados obtenidos si unimos las 4 sub-categorías con todos sus indicadores obtenidos (C5) son los perseguidos en primera instancia en la mayoría de casos: el conocimiento a nivel global de varios tipos de opresión a la mujer (*Half the Sky*), la sensibilización de la sociedad india, presión social por parte de varios estratos y castas, y el acceso al conocimiento por parte de los sectores más desfavorecidos (*Priya's Shakti*), y la implementación educativa y didáctica en universidades españolas y en la sociedad latina en general de que en una generación donde solo se recuerdan hombres también había mujeres que destacaron, pero que fueron sistemáticamente ignoradas y olvidadas (*Las Sinsombrero*).

⁹ Del proyecto *Las Sinsombrero* aún no disponemos de cifras ya que hace poco que se ha lanzado.

Conclusiones

Las conclusiones que aquí presentamos responden solo a los resultados extraídos de una pequeña muestra de proyectos, por lo que no pretenden ser taxativas, solo avanzar un conjunto de hipótesis que deberían ser confirmadas analizando una muestra superior de proyectos y realizando otros tipos de estudios complementarios como encuestas o grupos focales. Para complementar y reafirmar algunos de los resultados obtenidos de la muestra se han contrastado los indicadores obtenidos en dos de los tres proyectos analizados mediante una entrevista personal a sus directores (caso de *Priya's Shakti* y *Las Sinsombrero*).

Si bien las desigualdades y discriminación a la mujer se han sucedido desde hace siglos, los medios digitales permiten un tipo de acercamiento y tratamiento tanto a nivel global como por países, abarcando un amplio espectro que oscila desde los maltratos físicos hasta los psicológicos.

En los proyectos analizados, el documental audiovisual, el material de vídeo y los formatos educativos se combinan con la web, las redes sociales, los juegos y las aplicaciones para crear complejos sistemas transmedia de significación que pretenden llegar a todos los receptores posibles, atrayendo a cada posible interactivo en función de sus gustos y preferencias.

La interacción prioritaria con estos proyectos se realiza a través de las redes sociales y las campañas virales, llegando en algunos casos a la co-creación de contenidos por parte de la audiencia. Los objetivos en relación al cambio social varían en función del tipo de proyecto y de la región geográfica donde ha sucedido la desigualdad-discriminación: abusos físicos en la India, ignorancia intelectual en España, etc.

Como estrategias efectivas destacan las campañas de sensibilización virtuales y presenciales, así como la formación y pedagogía sobre el tema objeto de problemática. La respuesta se traduce en una notable participación ciudadana y la correspondiente sensibilización de la opinión pública. Gracias a la influencia ejercida por iniciativas derivadas de los proyectos estudiados, se observa como muchos de estos temas que antes eran tabú en la sociedad ya no lo son tanto.

De los resultados de la categoría C se deduce que en la intersección entre las tecnologías digitales y el género documental se abre un espacio muy interesante de exploración a la hora de narrar historias de no ficción. Por una parte, llegar a conformar

una comunidad activa implica pensar los proyectos desde la óptica de las audiencias; por otra, este tipo de proyectos tiene el potencial de renovar aquello por lo que el género documental fue creado: insertarse en todo tipo de realidades sociales y crear sinergias entre autores, sujetos y audiencias que nos desafíen a entender nuestra realidad de nuevas maneras.

Las distintas plataformas del documental transmedia permiten difundir conocimiento y se constituyen como una herramienta social para transformar y sensibilizar a la sociedad. Estas estrategias, que se despliegan a través de diferentes medios, plataformas y lenguajes, pueden convertirse en herramientas de comunicación, acción y coordinación de estrategias que las comunidades pueden hacer suyas, incentivando una transformación en distintos niveles.

La libre expresión de víctimas, damnificados, personas solidarias, etc., al circular por las plataformas del documental transmedia, las convierte en herramientas de empoderamiento social. Si un documental lineal se acostumbra a acotar a un tiempo y espacio determinado, la narrativa transmedia puede aportar continuidad y diálogo entre los protagonistas y los espectadores.

A partir de los resultados extraídos del análisis efectuado, podemos constatar que el documental transmedia posee un rol y se configura como una herramienta útil al servicio del activismo de hoy en día. La capacidad de los documentales transmedia de comunicar humanizando sus historias podría conducir a una mayor empatía y comprensión de un tema, y probablemente esta sea su fuerza principal dentro del activismo.

El documental siempre ha tenido sus raíces en problemas sociales reales y su forma de expresión interactiva y transmedia puede generar la suficiente fuerza emocional para provocar la acción. Por lo tanto, es lógico pensar que estas formas de expresión documentales puedan ocupar un lugar importante en el activismo digital de hoy y de mañana. Cómo este papel se desarrolle en un futuro cercano dependerá del tipo de exposición y tratamiento, la imaginación de los creadores, los avances tecnológicos y su voluntad de fusionarse con las redes, plataformas e iniciativas existentes.

Bibliografía

- Aarseth, E. J. (2003). Nonlinearity and Literary Theory. En Wardrip-Fruin, N. y Montfort, N. (Eds.), *The New Media Reader* (pp. 762-780). Cambridge: MIT Press.
- Balló, T. y Torres, S. (Dir.) (2015). *Las Sinsombrero*. [Documental transmedia] España: IntropíaMedia y Yo la perdono. Recuperado de <http://www.lassinombrero.com/>.

- Barnouw, E. (1996). *El documental. Historia y estilo*. Barcelona: Gedisa.
- Barsam, R. (1992). *Nonfiction Film: a Critical History*. Bloomington: Indiana University Press.
- Cizek, K. (Dir.) (2009-2014). *Highrise* [Crecimiento en altura.] [Webdocumental]. Montreal, Canadá: National Film Board of Canada. Recuperado de <http://highrise.nfb.ca/>.
- De Roeper, J. y Luckman, S. (2009). Future Audiences for Australian Stories: Industry Responses in a post-Web 2.0 World. *Media International Australia*, 130, 5-16.
- Devineni, R. (2014). *Priya's Shakti* [Documental transmedia]. Estados Unidos/India: Rattapallax. Recuperado de <http://www.priyashakti.com/>.
- Flaherty, R. (Dir.) (1926). *Moana*. [Película cinematográfica]. Estados Unidos: Paramount Pictures.
- Gillmor, D. (2006). *We the Media. Grassroots Journalism By the People, For the People*. New York: O'Reilly Media.
- Grierson, J. (1988). *Postulados del documental*. Madrid: Cátedra.
- Frima Studio (2013). *Half the Sky. Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* [Documental transmedia]. Recuperado de <http://www.halftheskymovement.org/>.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Recuperado de <http://www.technologyreview.com/biotech/13052/>.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). Transmedia Storytelling 101. En *Confessions of an Aca-Fan*. Blog del autor. 22 de marzo de 2007. Recuperado de http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: where old and new media collide*. [La cultura de la convergencia: donde los nuevos y los viejos medios de comunicación colisionan.] New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of the Transmedia Storytelling. En *Confessions of an AcaFan*. [Blog del autor. 12 de diciembre de 2009]. Recuperado de http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html.
- Jenkins, H. (2011). Seven Myths about Transmedia Storytelling debunked. En web *Fast Company*. 8 de abril de 2011. Recuperado de <http://www.fastcompany.com/1745746/sevenmythsabouttransmediastorytellingdebunked>.
- Jordan, T. (2002). *Activism! direct action, hacktivism and the future of society*. London: Reaktion.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* (pp. 38-119). Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Kristof N. D. y WuDunn, S. (2009). *Half the Sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide*. New York: Vintage Books.
- Landow, G. P. (2005). *Hipertexto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McLuhan, M. (1987). *Understanding Media: The Extension of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Murray, J. (1999). *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el*

- ciberespacio*. Barcelona: Paidós.
- National Geographic (2008). Herod's Lost Tomb [La tumba perdida de Herodes]. Recuperado de <http://channel.nationalgeographic.com/channel/episodes/herods-lost-tomb/>.
- Nelson, T. H. (1970). No More Teacher's Dirty Looks. *Computer Decisions*, 9(8), 16-23.
- Nichols, B. (1991). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.
- Nichols, B. (2001): *Introduction to documentary*. Bloomington: Indiana University Press.
- Plantinga, C. (1997). *Rhetoric and representation in nonfiction film*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pratten, Robert (2011). *Getting Started with Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. San Francisco: Createspace. Recuperado de <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>.
- Renó D. y Renó L. (2013). Narrativa transmedia y mapas interactivos: periodismo contemporáneo. *Razón y palabra*, 83.
- Renov, M. (1993). *Theorizing Documentary*. New York: Routledge.
- Rodriguez Ferrándiz, Raúl (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 19-37. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/43901/41499>.
- Rose, M. (2011). *Four categories of collaborative documentary*. Collabdocs - where documentary meets networked culture. Recuperado de <http://collabdocs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/>.
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital. Hacia dónde vamos: tendencias digitales en el mundo de la cultura*. Tema 6.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Sreberny, A. y Khiabany, G. (2010). *Blogistan: The Internet and Politics in Iran*. London: I.B. Tauris.
- Torres, S. y R. Vallès (Dir.) (2007). *Guernica, pintura de guerra* [Webdocumental]. España: Corporació catalana de ràdio i televisió interactiva (CCRTV INTERACTIVA) y Haiku Mèdia. Recuperado de <http://www.tv3.cat/30minuts/guernica/home/home.htm>.

Biografía

Arnau Gifreu-Castells, Doctor en Comunicación y Master en Artes Digitales por la Universidad Pompeu Fabra, es profesor en la Universidad de Vic–Universidad Central de Cataluña. Su investigación postdoctoral se centra en el estudio de la narrativa de no ficción interactiva y transmedia. Es investigador afiliado del Comparative Media Studies y del Open Documentary Lab (Massachusetts Institute of Technology) y miembro del i-Docs group (University of the West of England). Coordina el interDocsBarcelona y es el fundador y director de la plataforma/observatorio interDOC. Correo electrónico: arnau.gifreu@uvic.cat.

El nuevo papel de las coproducciones filmicas entre España, Argentina y México

The new role of international film co-productions between Spain, Argentina and Mexico

Mar Binimelis Adell, Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya

Resumen

El recorte económico al campo de la cultura que se produjo en el contexto de crisis económica en el que se sumió el Estado español ha transformado el carácter de las relaciones culturales entre países de acuerdo con las nuevas posiciones que toman en el orden global. Dichas transformaciones afectan de un modo muy particular a las relaciones entre España y Latinoamérica, ya que ven redefinidos los discursos respecto a los lazos históricos que unen a esta región geolingüística, así como sus modos de representación.

Esta investigación estudia cómo dichas relaciones se han configurado en la industria filmica en particular y se investigan específicamente las coproducciones filmicas realizadas entre España y México y/o Argentina. Se compara la situación actual del objeto de análisis planteado con los datos procedentes de una investigación anterior situada entre los años 1997 y 2007. Entre ambos periodos se han producido transformaciones importantes en el contexto socio-económico y España ha visto languidecer su papel de motor económico para la industria filmica de la región, al tiempo que se ha desmantelado el sistema de subvenciones que tradicionalmente mantenía al sector y el marco legislativo que lo amparaba sin que se haya armado una alternativa sólida para sustentarlo. Mientras, Argentina y México han vivido un periodo de auge creativo importante con lo que sus relaciones toman otras formas.

Por otro lado, la tecnología permite nuevas formas de producción, más accesibles, participativas, y que guardan unas relaciones de dependencia con las instituciones diferentes. También se han configurado nuevas fórmulas y circuitos de producción, distribución y difusión más allá de los cauces tradicionales y a nivel formal se proponen nuevos temas. A nivel conceptual el objeto de estudio planteado aplica aportaciones procedentes de las teorías críticas de la comunicación y de la teoría postcolonial. A nivel metodológico se parte del análisis de datos oficiales sobre la industria filmica de los países analizados y se trabaja con el marco legal que afecta a la materia.

Palabras Clave

Interculturalidad; coproducciones; Hispanoamérica; *crowdfunding*; políticas culturales.

Abstract

Spain's economic cutbacks in the field of culture since the beginning of the crisis have reshaped its cultural international relations. In order to analyse these changes in the film industry, I will look at film co-productions, with special attention to Mexico and Argentina, as the link with the film industries in these countries has been the strongest over the years.

In recent years, Spain has seen its role as an economic engine for the film industry shrink. It has dismantled the system of subsidies traditionally kept for the sector in this country, without having implemented a solid alternative to replace it. Meanwhile, Argentina and Mexico are experiencing a period of significant creative

growth. Technology has also enabled new, more accessible, more participatory, forms of production with different systems of dependency on the institutions. This has affected the role of co-productions in the region and the way in which this formula operates today.

This research compares the current situation with data from a previous investigation by the same author that analysed this issue between 1997 and 2007. Between these two periods there have been significant changes. Conceptually, this study is based in the critical theories of communication and postcolonial theory. At the methodological level, it analyses official data on the film industry of the countries studied and the legal framework affecting the subject.

Keywords

Intercultural relations; coproductions; Hispanic American cinema; crowdfunding; cultural policies.

Introducción

Los recortes económicos que se han producido en el ámbito cultural en España desde que se iniciara la crisis han reconfigurado sus relaciones internacionales. Con el fin de analizar estos cambios en el ámbito cinematográfico analizaré las coproducciones filmicas, poniendo especial atención a lo ocurrido con respecto a México y Argentina, al ser estos los países con los que el vínculo cinematográfico ha sido más prolífico a lo largo del tiempo.

Los últimos años España ha visto languidecer su papel de motor económico para la industria filmica de la región. Se ha desmantelado el sistema de subvenciones que tradicionalmente mantenía al sector en este país sin que se haya implementado una alternativa solida para sustituirlo. Mientras, Argentina y México pasan por un periodo de auge creativo importante. Por otro lado, la tecnología permite nuevas formas de producción, más accesibles, participativas, y que tienen otras relaciones de dependencia con las instituciones. Esto ha afectado al papel de las coproducciones en la región y al modo en el que esta fórmula se desarrolla en la actualidad.

El estudio propone elementos desde los que reflexionar sobre cómo las políticas culturales afectan al modo en que se representa y difunde a nivel internacional la propia imagen y cómo se construye la relación con los otros. Las coproducciones cinematográficas reflejan las tensiones existentes entre lo nacional y lo global en un contexto cambiante y complejo como el actual.

Para elaborar la investigación se ha construido una metodología que mezcla aspectos propios de lo cuantitativo con el análisis cualitativo y que compara datos de la situación actual con los de la década anterior.

1. Sobre el objeto de estudio

Son coproducciones los filmes producidos en colaboración por un mínimo de dos países con el fin de ampliar capital y rentabilizar recursos. Se trata, por tanto, de objetos internacionales por definición, que obligan a negociar todo tipo de cuestiones relativas a la participación de las diversas naciones implicadas; desde lo puramente material, a aspectos relacionados con su contenido. En España el recurso de la coproducción ha sido utilizado con asiduidad a lo largo de su historia.

Desde la década de los noventa del Siglo XX las coproducciones suponen anualmente en torno a un 30% de la producción del cine español. En torno a la mitad de ellas se han realizado con países latinoamericanos y la otra mitad con europeos. La mayoría de las coproducciones hispanoamericanas han estado producidas junto a México o Argentina (Binimelis, 2011).

2. Apuntes teórico-metodológicos

En esta investigación se comparan datos actuales referentes a coproducciones hispanoamericanas con los del periodo 1997-2007, recogidos para mi tesis doctoral. En aquella ocasión construí una base de datos relacional que contenía más de dos mil entradas con datos técnicos y creativos de este tipo de películas. Por otra parte, se analizó el contexto mediante fuentes bibliográficas, hemerográficas, legislativas y bases de datos de organismos oficiales. Para la presente investigación se han utilizado el mismo tipo de fuentes para recoger información relativa a las coproducciones a partir del año 2008. También, se ha ampliado la información de filmes actuales a partir de plataformas digitales de *crowdfunding*.

La investigación parte de considerar que la cinematografía juega un papel esencial con respecto a las relaciones que un país establece a nivel internacional y a cómo se posiciona en esta esfera. Los continuos intercambios culturales resultan fundamentales en las sociedades contemporáneas y en buena medida están definidos por aquello que Nye denomina *soft power*, la capacidad de intervenir en las relaciones internacionales valiéndose de medios culturales e ideológicos (Nye, 2004). Lo más trascendente del concepto de *soft power* para esta investigación es que los recursos que lo producen radican precisamente en los valores que un país expresa con respecto a su cultura, no sólo en lo relativo a sus prácticas y políticas internas, sino en lo que se refiere a su relación con los otros. Esto es, las políticas

gubernamentales que se establecen con el fin de operar al interior de los Estados y en su proyección externa. Cabe decir que los procesos de digitalización son fundamentales en este sentido y han trastocado todos los ámbitos de lo cultural, a la vez que desdibujan las dependencias de lo cultural con respecto a los Estados-nación. En lo tocante al tema de esta investigación, posibilitan una democratización de la producción filmica a la vez que se generan nuevas fórmulas económicas de financiación (Jenkins, Ford y Green, 2013) y dan visibilidad a producciones audiovisuales que no siguen los circuitos tradicionales (Tryon, 2013; Lobato, 2012). Esto ha afectado especialmente a las cinematografías periféricas o aquellas que han estado más afectadas por la crisis puesto que ha permitido amortiguar sus consecuencias. Es el caso de los países hispanoamericanos.

3. Contexto

Según datos del 2012, España es el cuarto mayor productor de cine en Europa y el noveno en el mundo (FAPAE, 2013). Los datos son llamativos por cuanto la crisis en España y la dirección tomada en materia cultural, y en concreto cinematográfica, hacía prever un panorama desolador. En este sentido, hay que considerar que el sistema de subsidios que tradicionalmente sustentaba la industria española del cine se recortó muy radicalmente en el año 2012. El presupuesto para las ayudas se disminuyó entonces en un 35% (pasando de los 76 millones del año anterior a 49) mientras que las exigencias para acceder a estos fondos se incrementaron¹. Por ejemplo, para acceder a los que concentran la mayor parte de la financiación, las ayudas a la amortización, las películas han de tener un presupuesto acreditado que supere los 600 000 €, si bien la mayoría se destina a filmes de más de 2 millones de euros. Por otra parte, se eliminan o disminuyen las ayudas a proyectos y los incentivos se conceden *a posteriori*, en función de la recaudación de las películas. Con todo, se estableció un modelo en el que las subvenciones recaen casi exclusivamente en grandes producciones comerciales, que son una minoría absoluta del cine que se hace en España.

Cuando comenzaron los recortes se anunció que se trabajaba en un nuevo modelo de apoyo a la cinematografía, que habría de sustituir al anterior, y que estaría basado en incentivos fiscales. Sin embargo, en septiembre del 2014, se anunció que

¹ En 2013 y 2014 las cosas siguieron por los mismos derroteros, reduciéndose este Fondo primero a 39,1 millones de euros y en 2014 a 33,7.

no habría una ley como tal, sino que ésta quedaría subsumida como una reforma fiscal, gestionada por el Ministerio de Hacienda, consistente en una desgravación de un 18-20%, dependiendo de la inversión, para agentes privados que financien la cultura. Para entonces, el gobierno español debía 12 millones de euros a las compañías de producción, muchas de ellas ya en riesgo de desaparecer debido a sus propias deudas. Han pasado, por tanto, dos años de vacío y cuando finalmente se ha materializado la nueva propuesta, ha recibido grandes críticas desde la industria cinematográfica por considerarla insuficiente para su sustento.

A pesar de todo, los niveles de producción se han mantenido en la media de los últimos años (MEC, 2012). Podemos aventurar algunas explicaciones como que, según es de suponer, muchos de los proyectos que ahora se estrenan ya estaban en proceso de gestación. No obstante, la hipótesis de este trabajo de investigación es que las coproducciones y las nuevas fórmulas de financiación cultural que se desarrollan al margen de los poderes públicos han sido en buena medida la tabla de salvación de la industria. Sin embargo, este proceso ha sido acompañado por una revisión de la posición dominante que jugaba el cine español en el espacio cinematográfico hispanoamericano y la entrada de nuevos actores y temas.

4. Coproducciones...

Históricamente la mayoría de las películas latinoamericanas que se han difundido en Europa, en salas de cine o festivales, fueron coproducciones. Según Alberto Elena, hasta hace apenas poco más de una década “[...] en esta era de la globalización a ultranza parecería como si la condición última de visibilidad internacional de las cinematografías del sur dependiera del hecho de estar cofinanciadas por algún país del norte” (Elena, 2002: 40). En esa misma línea, a finales de los noventa Octavio Getino explicaba que casi todas las películas de ficción que se realizaron en Cuba a lo largo de los noventa fueron coproducciones, mientras que en Venezuela, Colombia y Bolivia suponían más del 50% de toda la historia de su producción fílmica. Generalmente, los coproductores fueron países europeos o Estados Unidos (Getino, 1998).

Antes de la llegada de la crisis los recursos creativos de las coproducciones hispanoamericanas (personal, localizaciones, historia narrada, etc.) eran mayoritariamente “latinoamericanos”. Se recurría a España principalmente por cuestiones financieras. Por el contrario, cuando un filme español buscaba completar

su financiación, la tendencia era buscarla en otros países europeos. En estos casos la producción mayoritaria era española. Para los países latinoamericanos coproducir con España resultaba ventajoso para entrar en los mercados europeos, donde la legislación facilita la emisión de producciones europeas en todo el espacio comunitario (Binimelis, 2011). En ese periodo diversos cineastas latinoamericanos de renombre desarrollaron en España una parte de su carrera profesional ya que encontraban medios para hacerlo. Entre ellos podemos citar al mexicano Guillermo del Toro o al argentino Adolfo Aristarain. Las relaciones interculturales siempre fueron un tema clave en este tipo de películas y eran especialmente frecuentes las historias de inmigrantes latinoamericanos en España (Binimelis, 2011).

Ahora el panorama ha cambiado. No se trata de que ya no se hagan coproducciones, al contrario, la amortización de recursos que supone esta herramienta actualiza su uso en un contexto de recesión. Sin embargo, se observa que es España quien necesita recurrir a este tipo de producciones para seguir produciendo. En lo que a los temas se refiere, se introducen las narraciones sobre migraciones recientes, muchas de las cuales se producen ahora desde España hacia Latinoamérica. Por otro lado, el coste medio de las películas en España ha bajado muy considerablemente los últimos años. En 2012, fue de 1,6 millones de euros, mientras que en 2009, por ejemplo, era de 3 millones (FAPAE, 2013)².

Una película que ejemplifica los cambios que se están produciendo es la mexicano-española *La jaula de oro* (Santos y otros, 2013). Su realizador, Diego Quemada-Díez, es de origen español pero vive y trabaja en México. Aunque se estrenó en la dirección con esta película, tenía ya una dilatada experiencia profesional en el mundo del cine. La película ha tenido éxito en el circuito de los grandes festivales y ha cosechado numerosos premios. En el festival de Cannes ganó tres premios y una mención especial, logró el Premio a Mejor Nuevo Director en el Chicago International Film Festival, el Premio Astor de Oro en el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata, el Premio Especial del Jurado a la Mejor Opera Prima en el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano y fue ganadora de nueve premios Ariel entre otros reconocimientos. Como muchos otros filmes de este periodo se enfrenta a la temática de la migración y las relaciones

² Los datos del ICAA publicados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte muestran cifras bien distintas puesto que sólo se tienen en consideración los largometrajes españoles con un coste reconocido por el ICAA de más de 900 000 euros (FAPAE, 2013).

interculturales contemporáneas. En concreto narra la historia de unos jóvenes inmigrantes guatemaltecos en su viaje a Estados Unidos junto a un joven indígena tzotzil. A lo largo de la película se hace explícita la violencia y el racismo a las que se han de enfrentar.

Su presupuesto fue de 32 millones de pesos (unos 1 783 360 de euros), según Edher Campos, productor del filme (Salgado, 2014). No recibió ninguna de las ayudas que aún mantiene el gobierno español. La mayor parte de su presupuesto se obtuvo gracias a un estímulo fiscal del gobierno mexicano (EFICINE). También recibió una ayuda de Ibermedia (fondo de ayuda y cooperación para la cinematografía iberoamericana) y en España produjo Tornasol, una productora con una dilatada trayectoria en coproducciones hispanoamericanas (Binimelis, 2011; Riambau et al., 2008). En relación con esto, Diego Quemada-Díez ha explicado en varias entrevistas la dificultad de dirigir actualmente en España y cómo México proporciona mayores posibilidades, por lo que se ha convertido en el destino de muchos jóvenes cineastas (Calderón, 2014; CNN México, 2014).

Así pues, tenemos una exitosa coproducción que recurre a un modelo de financiación muy variado y que suma fuentes de carácter distinto, tanto públicas como privadas, pero que se hace al margen de las subvenciones que sustentaban tradicionalmente al cine español. Por otra parte, su proceso de gestación deja ver las dificultades de rodar en España. *La jaula de oro* es, a pesar de todo, un filme con un presupuesto considerable y planteado para tener encaje en el circuito de festivales. Pero, ¿qué ocurre con proyectos más experimentales, de menor presupuesto o de aquellos que se inician en el mundo del cine? Es decir ¿qué ocurre con aquellos proyectos poco comerciales pero que sin embargo permiten mantener las cifras de producción del cine español?

5. ... o “Ya no hace falta ser rico para ser mecenas”

Son muchas las películas que se han hecho recientemente en España con un presupuesto más que exiguo. Un camino precario pero a la vez plagado de posibilidades. *¿Qué hacemos aquí?* (López Franco y Fleta, en rodaje), con un presupuesto de 2000 euros lo ejemplifica a la vez que supone otra muestra de cómo cineastas españoles emigran a América Latina para trabajar. Asimismo, la película también reflexiona sobre la cuestión migratoria. Se trata de un documental, aún en proceso de producción, que plantea mostrar mediante entrevistas la antigua y la

nueva inmigración española en Buenos Aires. Tras este proyecto encontramos a un grupo de españoles dedicados profesionalmente al sector audiovisual y recientemente emigrados a Argentina.

Por su tema y las características de su elenco creativo encaja con el perfil de clásica coproducción. Sin embargo, el filme se está financiando gracias al *crowdfunding*, la cooperación colectiva en red para conseguir dinero u otros recursos. Está establecido internacionalmente que la nacionalidad de las películas la definen las empresas productoras. Sin embargo, el *crowdfunding* pone de relieve como la nacionalidad de los filmes en una mera formalidad en el contexto actual. Por un lado, se trata de una producción que previsiblemente se distribuirá para su exhibición al margen tanto de las salas comerciales, como de los grandes festivales. En este caso el lugar de donde sea la película se vuelve una cuestión menos relevante que cuando entra en esos circuitos en los que, bien por las ganancias económicas que reporta el filme, bien por el prestigio que alcanza, se le exige una nacionalización.

Los ejemplos de películas que se financian según esta fórmula se han vuelto muy frecuentes. Basta una visita por plataformas como Verkami para darse cuenta de ello. Encontramos asimismo proyectos que aúnan la tradicional fórmula de la coproducción –en la que colaboran empresas productoras de varios países– con el *crowdfunding* y con ayudas públicas y de empresas privadas como pueden ser televisiones. Este es el caso de *Pecados* (Tuozzo y otros, 2012), una coproducción Hispano-Argentina que cuenta con actores de ambas nacionalidades dirigida por el español-argentino Diego Yaker. Se recurrió a todo tipo de fuentes para financiar la película. Tras el periplo que supuso levantar su financiación el realizador declaró, concordando con la hipótesis de este artículo, que “Años atrás, era América latina que necesitaba de España para poder realizar sus películas, ahora será al revés” (Cabana, 2012).

Conclusiones

Las coproducciones han sido una herramienta esencial para la creación de un espacio cultural compartido en Hispanoamérica y han contribuido al conocimiento de los otros países de la región. En el actual contexto de globalización la coproducción filmica sigue siendo solvente. Por un lado estas películas permiten reflexionar sobre los actuales procesos de migración; no sólo por las historias que narran, sino porque sus propios creadores viven estos procesos. Por otro lado coproducir posibilita

cumplimentar los recursos necesarios para producir un filme, cuestión si cabe más importante que nunca en un contexto de crisis.

Simultáneamente, el *crowdfunding* se ha establecido como una vía importante para el cine español. Este sistema de financiación, unido al hecho de que la tecnología digital facilita la realización de películas con una calidad aceptable con una inversión de recursos relativamente baja, alienta la creación de proyectos pequeños, democratiza la producción fílmica y diversifica el panorama cultural.

Sin embargo –y a pesar de todas sus virtudes– esta vía no puede sustituir por sí misma a una industria. Gran parte del cine se sigue viendo en las pantallas tradicionales (de cine y televisión) y los proyectos más modestos muy difícilmente llegan a ellas. La distribución es una tarea pendiente y los circuitos alternativos, como pueden ser los vinculados a Internet, permiten una visibilidad y comercialización limitada. Los creadores que trabajan en algunos de estos proyectos renuncian a cobrar por su trabajo o lo hacen muy precariamente. Por ello, la tendencia es diversificar las fuentes de las que se obtienen los recursos para financiar los filmes. Cada vez es más habitual encontrar películas que combinan fórmulas de producción alternativas y las propias de la industria.

Bibliografía

- Binimelis, M. (2011). *Las geopolítica de las coproducciones hispanoamericanas. Un análisis a través de su presencia en los festivales internacionales de cine de 'Clase A' (1997-2007)*. Tarragona. Tesis Doctoral, Universidad Rovira i Virgili.
- Cabana, N. (2012). Entrevista a Diego Yaker, director de *PECADOS*. *TravelArte*, 25 de septiembre. Recuperado de <http://cultura.travelarte.com/cine/2553-entrevista-a-diego-yaker-director-de-pecados>.
- Calderón, V. (2014). La revancha del exiliado. *El país*, 28 de mayo. Recuperado de http://cultura.elpais.com/cultura/2014/05/28/actualidad/1401310991_131798.html.
- CNN México (2014). Quemada-Díez y Julieta Venegas reciben nominación a los premios Goya. *CNN México*, 7 de enero. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2014/01/07/quemada-diez-y-julieta-venegas-reciben-nominacion-a-los-premios-goya>.
- Elena, A. (2002). ¿Cerrado por reformas? Cine latinoamericano para un cambio de siglo. *La Revista*, 3(1), diciembre.
- FAPAE (Productores Audiovisuales Españoles) (2013). *Memoria 2013*. Recuperado de www.fapae.es/archivos/memoria2013/Memoria%20FAPAE%202013.pdf.
- Getino, O. (1998). *Cine y televisión en América Latina: Producción y Mercados*. Santiago de Chile: Ciccus.
- Jenkins, H; Ford, S y Green, J. (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.

- Lobato, R. (2012). *Shadow Economies of Cinema: Mapping Informal Film Distribution*. London: British Film Institute.
- López Franco K. (Productora), y Fleita M. (Director). (En rodaje). *Que hacemos aquí*. [Película]. Argentina-España.
- MEC (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) (2012). *Informe de ayudas a la cinematografía*. Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/mac/2012.html>.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: the means to succeed in World Politics*. New York: Public Affaires.
- Riambau, E. y Torreiro, C. (2008). *Productores en el cine español. Estado, dependencias y mercado*. Madrid: Cátedra/Filmoteca Española.
- Salgado, I. (2014). Eficine, panacea filmica mexicana. *Milenio.com*, 27 de mayo. Recuperado de http://www.milenio.com/hey/cine/Eficine-panacea-filmica-mexicana_0_306569353.html.
- Santos, E., Salinas L. y Quemada-Díez, D. (Productores), y Quemada-Díez, D. (Director). (2013). *La jaula de oro* [Película]. México: Animal de Luz Films / Kinemascope Films / Machete Producciones.
- Tryron, C. (2009). *Reinventing Cinema. Movies in the Age of Media Convergence*. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.
- Tuozzo, N. y García Borda M. (Productores), y Yaker D. (Director). (2012). *Pecados* [Película]. Argentina-España: Alter Ego Filmes.

Biografía

Mar Binimelis Adell es profesora de la Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña en la Facultad de Empresa y Comunicación. Sus intereses en investigación incluyen el estudio de las políticas culturales y su implementación, particularmente en el ámbito audiovisual. También estudia las relaciones interculturales y transnacionales en el ámbito cultural y audiovisual. Ha formado parte de diversos proyectos de Investigación y Desarrollo financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España. Correo electrónico: mar.binimelis@uvic.cat.

Nuevas formas de narrativa visual y diseño aplicado a la visualización de datos como estrategias generadoras de compromiso y empoderamiento social

New Forms of Visual Narrative and Design Applied to Data Visualization as Generating Engagement Strategies and Social Empowerment

Elpidio del Campo Cañizares, Universidad Miguel Hernández de Elche

Resumen

Mediante la exposición de diversas formas narrativas y de visualización de la información se proponen estrategias que generan conocimiento y compromiso con la sociedad. Se realizan relatos audiovisuales próximos al documental, tanto por los profesionales del periodismo como por los mismos ciudadanos, que transmiten historias cercanas con profundidad y respeto. Esta proximidad con los protagonistas genera una fuerte empatía emocional y es capaz de suscitar la identificación y el compromiso.

Por otra parte, la información proporcionada por los medios de comunicación, en muchos casos, no llega a producir el deseado efecto transformador en la sociedad. Desde los ámbitos académicos y artísticos se están desarrollando proyectos de visualizaciones de datos que crean sinergias de debate sobre las cuestiones que afectan directamente a los ciudadanos. Al mismo tiempo, estas instalaciones promueven la concienciación individual sobre problemas sociales y medioambientales importantes para la comunidad y pueden incluso provocar cambios inmediatos en los comportamientos.

Es necesario amplificar el debate sobre la utilización de estos recursos mediáticos y narrativos ya que, en unos casos, son escasamente utilizados y, en otros, se trata de iniciativas investigadoras con un alcance limitado. Exponer algunas de las causas de su limitada implementación y proponer un mayor debate sobre estas estrategias se hace absolutamente necesario. En una sociedad donde el flujo de información es masivo y vertiginoso, el reto es promover una mayor reflexión sobre esa información que tiene capacidad para aportar conocimiento y generar compromiso con la sociedad.

Palabras clave

Narrativa visual; documental; visualización de datos; compromiso social; diseño.

Abstract

Some strategies that can generate knowledge and commitment on behalf of our society are proposed through a presentation of diverse narrative forms and information visualization. Some narratives, which are documentary-like, are conducted by both professional journalists and common citizens, by transmitting their stories with a deep and respectful view. This closeness with the main characters' narratives establishes a solid and emotional empathy and it can create personal identification and commitment.

Besides, the information provided by the media fails to produce the desired transformative effect on society in many cases. Academic and artistic areas are developing projects to create data visualizations, which open synergies discussions on matters that concern citizens directly. At the same time, these facilities promote individual awareness of important social and environmental problems in their communities and can cause real changes in the citizens' behaviour.

It is necessary to expand the discussion on the use of these media and narrative resources since, in some cases, they are scarcely used and, in others, they are part of research projects with a limited scope. Displaying some of the causes of their limited

implementation and proposing further discussion of these strategies is specially needed. In a society where the information flow is massive and fast, our challenge is to promote a greater inquiry on the information that has the faculty to add knowledge and to ensue social commitment.

Keywords

Visual narrative; documentary; data visualization; social engagement; design.

Introducción

Es indudable que en la actualidad el acceso a la información, especialmente en las sociedades tecnológicamente desarrolladas, es relativamente sencillo y el problema no estriba tanto en su distribución como en el modo de hacerla eficaz. En una sociedad donde la información crece exponencialmente es vital extraer y hacer significativa para la comunidad aquella que la atañe directamente. A este respecto, desde ámbitos educativos y sociales, la cuestión fundamental surgida en cualquier movimiento que promueva el empoderamiento social es buscar el mejor modo de transmitir la información (Costanza-Chock, 2014). La labor tradicionalmente asignada al periodismo es hoy asumida también por diversos profesionales, colectivos sociales, académicos y artistas que han recogido el reto de explorar nuevos modos de comunicar información valiosa y replantear el uso de los medios de comunicación.

Existen dos áreas de trabajo que utilizan de manera esencial la imagen como medio y estrategia de comunicación. En primer lugar, algunas formas de periodismo cercanas al documental que o bien, relatan historias cercanas a los ciudadanos, o bien les ofrece directamente las herramientas y plataformas tecnológicas para que sean ellos mismos los generadores de sus propios mensajes, difundiendo así la información que consideren relevante. En estos casos, los artistas y periodistas pasan a un segundo plano, dejando todo el protagonismo a los individuos para que sea su voz la única relevante en el discurso.

En segundo lugar, los investigadores, arquitectos y diseñadores están sacando la visualización de datos del mundo online para colocarla directamente en los espacios físicos y hacerla más reveladora a los ciudadanos. Las ventajas de estos proyectos de instalaciones son, por una parte, que permiten medir los resultados de la intervención, es decir, las consecuencias reales que dichos proyectos tienen sobre el vecindario y, por otra, tienen una repercusión inmediata y directa sobre la comunidad en la que se inscriben.

El objetivo de esta comunicación es presentar una selección de proyectos internacionales que están desarrollando los artistas, periodistas e investigadores, con el fin de plantear un debate acerca de la necesidad o posibilidad de expandir estas estrategias, en muchos casos experimentales, y así generar un compromiso social de transformación en la sociedad. Reunir aquí proyectos de distinta factura tanto en su confección como planteamiento se fundamenta en que todos ellos comparten la utilización esencial de la imagen, sea fotográfica o infográfica, y su capacidad para narrar. Además, en muchos casos, son iniciativas pioneras surgidas de pequeños grupos de investigación interdisciplinarios y, por esta razón, se hace necesaria la divulgación y el debate en torno a estas novedosas formas de utilización de la imagen como estrategias de cambio social.

A este respecto, una muestra significativa es que la pieza documental *No job land*¹, sobre las consecuencias del desempleo en España, fuera publicada por primera vez en la plataforma neoyorkina Narrative.ly². De ahí se difundió, a partir de su mención en el *Daily Telegraph*, a los medios anglosajones hasta hacerse relativamente popular en nuestro país. Es un ejemplo de que aun tratándose de un reportaje sobre un tema habitual en los medios de comunicación españoles, la implementación del formato que utiliza no es empleado asiduamente en España.

1. Casos de estudio

Tanto en el primer caso, mediante la utilización de imagen fotográfica y vídeo sobre plataformas online, como en el segundo, a través de la exposición de visualizaciones de datos directamente en espacios físicos, el denominador común es la utilización de la imagen para despertar fuertes empatías en el público. Todos los casos enunciados de algún modo tratan de *competir* con la producción de información de los medios de comunicación dominantes y, al mismo tiempo, sacar al lector/espectador de la rutina de su consumo y difusión a través de las redes sociales.

Ya en 2005 un informe (Lenhart y Madden, 2005) indicaba que más del 50% de los adolescentes en Estados Unidos eran activos creando y difundiendo información en la red. Esta cultura de la participación es una consecuencia de la explosión de las nuevas tecnologías de la comunicación. Sin embargo, frente a la vorágine de la inmediatez y la

¹ Reportaje de Olmo Calvo, Eva Filgueira y Gabriel Pecot (2013) disponible en: <http://narrative.ly/stories/no-job-land/>.

² <http://narrative.ly/>.

abundancia se hacen ineludibles momentos de reflexión, un tiempo dilatado que permita profundizar en las percepciones y los pensamientos, como concluye Carr (2010) recogiendo las ideas de Heidegger. Los casos expuestos incitan a tomar ese tiempo necesario para la reflexión e invitan a adquirir un mayor conocimiento de las historias y los temas que atañen directamente a los ciudadanos.

2. Iniciativas periodísticas

Los medios de comunicación han sido acusados frecuentemente de establecer sus agendas y preparar sus contenidos al margen de los ciudadanos. No obstante, la tradición del *feature* o historias personales está fuertemente arraigada en el periodismo anglosajón. Estos reportajes, próximos al periodismo literario o nuevo periodismo, están por lo general centrados en personas alejadas de los focos de actualidad. No solo se incluyen en las grandes cabeceras tradicionales sino que están surgiendo nuevos medios dedicados exclusivamente a contar historias alejadas de las noticias de actualidad y centradas en las historias de personas anónimas.

2.1. *Slow Journalism*

En periodismo, cuando el foco se dirige hacia las personas, no se trata de emplear una técnica o unos formatos determinados. El factor clave es el tiempo necesario para dotar de contexto a la historia, otorgar espacio a los protagonistas para que su testimonio tenga la profundidad que merece. A su vez, este tiempo es el que posteriormente se le demandará al lector para apreciar el reportaje. Ejemplos paradigmáticos de lo que se conoce como *Slow Journalism* son los conocidos documentales interactivos o también llamados web-docs. *Snowfall*³ publicada en el *New York Times* en 2012 o *Firestorm*⁴ publicada el mismo año en *The Guardian* son piezas pioneras que han abierto nuevos caminos.

Cuando esta filosofía es adoptada por un medio aparecen los denominados *Slow Media*, en los cuales todas las piezas tienen una extensión que requiere tiempo para completarla. Un ejemplo destacado es narrative.ly en la que, siendo un medio creado en Nueva York por periodistas y fotógrafos profesionales, todos sus textos se centran casi exclusivamente en personas y temas cercanos a la comunidad neoyorkina. Una de sus mejores virtudes es la excelente experiencia de lectura que ofrece combinando imagen,

³ <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>.

⁴ <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>.

texto y vídeo. La pieza *Homeless at 27*⁵ puede servir de ejemplo. Ha sido realizada por el fotógrafo Martin Diegelman y comparte la inquietud del fotoperiodismo contemporáneo por narrar historias contextualizadas y completas. “Lo mejor que pueden hacer los fotoperiodistas es ir más despacio, volverse un poco más comprometidos y pasar un poco más de tiempo en sus proyectos de una forma más íntima” (Storm, 2010).

2.2. Multimedia

*One in 8 Millions*⁶ es un proyecto del *New York Times* en 2009 que utilizó el formato del audioslide para contar 54 historias, una a la semana a lo largo de un año, centradas en residentes de la ciudad. El proyecto obtuvo un premio Emmy en 2010 en la categoría de nuevos enfoques al documental. El objetivo fue dar voz a personas anónimas con el único fin de relatar sus testimonios como señala la editora adjunta de fotografía Meaghan Looram: “Es gente contando su historia con sus propias palabras. Queríamos hacerlo de un modo que fuera elegante y presentara a las personas de un modo digno” (Estrin, 2010).

Este formato, al utilizar como base fundamental la voz de los protagonistas omitiendo la voz del reportero, cede todo el protagonismo a las personas. Por tanto, las cualidades de este formato son excelentes para mantener una necesaria distancia de respeto en historias especialmente dramáticas. Un ejemplo de ello, fue el trabajo llevado a cabo por el fotoperiodista Ed Kashi para para *NBC News* en 2004, *Scars from Irak*⁷, en el que soldados norteamericanos con graves secuelas causadas en la guerra relatan sus historias personales de readaptación a la vida civil.

Si bien el formato multimedia está muy cercano al vídeo tradicional el uso de la fotografía fija y la voz de los protagonistas provocan una percepción muy distinta en el espectador. Parecen más *lentos* y provocan una mayor empatía emocional y, por tanto, son perfectos para historias personales y emotivas (Lillie, 2011: 359).

2.3. Documentales participativos

Jonathan Harris, ingeniero informático y diseñador, cuyas obras se han expuesto en el Centro Pompidou de París y el Museo de Arte Moderno de Nueva York, ha

⁵ *Homeless at 27*: <http://narrative.ly/stories/homeless-at-27>.

⁶ <http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1-in-8-million/>.

⁷ *Scars from Irak* (NBCNEWS): <http://www.nbcnews.com/id/29038426>.

fusionado en todos sus proyectos la visualización de datos con el interés por narrar a partir de emociones. Entre sus creaciones destaca la plataforma Cowbird abierta en 2011 y autodefinida como “biblioteca pública de experiencias humanas” que ofrece soporte a las historias que la gente desee contar. Cowbird ha colaborado con el MIT Center for Civic Media para dar soporte al documental participativo *Sandy Storyline*⁸ que recoge testimonios de personas que sufrieron las consecuencias del huracán Sandy. Apoyada en subvenciones y donaciones esta plataforma promueve programas de educación, exposiciones y eventos de apoyo en torno a la comunidad afectada.

Sandy Storyline es uno de los muchos proyectos que el MIT Center for Civic Media apoya con la intención de proporcionar medios de comunicación a colectivos que reivindican derechos o desean mejorar su comunidad. Un ejemplo destacado es Mobile Voices⁹, una plataforma nacida de su colaboración con la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo de la Universidad y el Instituto de Educación Popular del Sur de California para luchar por los derechos de los trabajadores e inmigrantes de Los Angeles. Gestores de contenidos de código abierto, redes sociales, blogs y wiki son utilizados y mantenidos por los mismos ciudadanos.

3. Visualizaciones de datos en contextos urbanos

Las visualizaciones urbanas o interfaces urbanos experimentales están siendo utilizados recientemente con propósitos de acrecentar la conciencia y el debate sobre cuestiones de interés social. Las visualizaciones de datos facilitan la comunicación de información compleja, lanzar hipótesis, comprobar hipótesis durante la propia exploración y guiar a los usuarios en la búsqueda de ideas. Las visualizaciones urbanas comparten esta característica animando a los espectadores a extraer sus propias conclusiones; pero además pueden provocar un cambio de actitud o promover la acción. Existen ya iniciativas que han utilizado las posibilidades tecnológicas de modo creativo, animando a la colaboración de los ciudadanos sobre temas sociales. Por ejemplo, las encuestas o votaciones en tiempo real a través de Internet cada vez tienen mayor presencia, especialmente en el ámbito político.

El reto de las visualizaciones es crear metáforas que presenten ideas reveladoras para que la información adquiera sentido. Todas las buenas visualizaciones de datos tienen el poder de contar o mostrar historias apoyadas en hechos objetivos (Segel y

⁸ *Sandy Storyline*: <http://www.sandystoryline.com/>.

⁹ Mobile Voices <http://vozmob.net/>.

Heer, 2010). En los proyectos que se muestran a continuación la imagen es parte esencial para hacer sensible la información a los ciudadanos.

3.1. Señales infografías en la calle

El departamento de Arquitectura, Urbanismo y Planificación de la universidad Ku Leuven en Bélgica experimenta con proyectos de infografía en la calle para comprobar su potencial como medio para alentar a los residentes de una comunidad a analizar o comprometerse con los problemas locales. Para su proyecto Streets Infographics¹⁰ diseñaron cuatro infografías con título: *¿Quién vive en esta calle?*, colocándolas en calles del barrio de Mussenwijk en el centro de Lovaina para promover la reflexión en torno a la falta de confianza y la poca cohesión del vecindario. Las visualizaciones mostraban datos referentes a Residentes/No residentes, Estudiantes/No estudiantes, Belgas/No Belgas en cada una de las calles. Mediante entrevistas previas, observación en la calle de las reacciones de los viandantes y posteriores entrevistas comprobaron que habían alentado a la curiosidad, la reflexión personal, la interacción social, el debate y un aumento del conocimiento público sobre las cuestiones sociales que les atañen directamente (Claes y Vande Moere, 2013).

3.2. Visualización de datos proyectados

Reveal.It!¹¹ es un proyecto de visualización dinámica desarrollado por investigadores de la universidad Pompeu Fabra, la universidad de Sidney y la universidad Ku Leuven con fin el promover la conciencia y generar el debate sobre el consumo energético y sus consecuencias sobre el cambio climático. Idearon un interface interactivo en el que los usuarios introducían los datos de su consumo a través de un iPad o dispositivos móviles, la proyección mostraba el consumo energético de una persona y su comparación con el vecindario. La instalación se expuso en una localización en Córdoba (Argentina) y dos en Barcelona (España). Los resultados obtenidos mostraron que casi el 25% de los participantes expresaron un cambio de actitud (Valkanova, Jorda, Tomitsch y Vande Moere, 2013: 3466).

Estas proyecciones o visualizaciones de datos tratando de promover una concienciación sobre el cambio climático tienen ya una pequeña historia. En Aarhus (Dinamarca) durante la conferencia Beyond Kyoto y la exposición Aarhus CO2030 el

¹⁰ Street Infographics: <http://rxd.architectuur.kuleuven.be/street-infographics/>.

¹¹ Reveal.It!: <http://ninavalkanova.com/2011/07/reveal-it/>.

ayuntamiento buscó comprometer a sus habitantes con la reducción de emisiones de CO₂. En el proyecto *Climate on the Wall*¹² los ciudadanos podían interactuar con una proyección sobre una fachada para expresar sus opiniones sobre el cambio climático. Para la misma exposición se creó la instalación *CO₂nfession/CO₂mmitment*. Las personas eran invitadas a grabar sus confesiones sobre el consumo de energía y producción de CO₂ que fueron proyectadas en diversas pantallas por la ciudad con el fin de generar conciencia medioambiental (Fritsch y Brynskov, 2011).

3.3. Intervención urbana

El proyecto *Tidy Street*¹³ fue diseñado por John Bird (Bird y Rogers, 2010), profesor de la Open University. Se propuso a los habitantes de esta calle de Brighton medir sus consumos de electricidad y reflejarlos mediante gráficos y rótulos pintados directamente en el asfalto. En 2011, doce de los cincuenta y dos vecinos residentes se ofrecieron a participar voluntariamente y se les proporcionó contadores para medir su consumo diario e identificar los aparatos que gastaban más energía y cuándo. Se diseñó un software que permitía comparar los datos obtenidos con el consumo medio de energía en Brighton, también con la media nacional e incluso con otros países. El artista local Snub fue el encargado de pintar, mediante el uso de plantillas habitual en el grafiti urbano, el consumo de energía promedio junto a la media de la ciudad directamente en el asfalto delante de sus hogares.

El proyecto pretendía no solo crear una conciencia entre los residentes sino también involucrar a los transeúntes ya que se trata de una calle céntrica de Brighton. Los vecinos participantes en el proyecto adquirieron mayor consciencia de los aparatos que más consumo tenían y cómo reducirlo. El resultado al cabo de tres semanas fue una reducción del 15% gracias al cambio de sus hábitos.

Conclusiones

Los ejemplos y estrategias expuestas reflejan una rica variedad de propuestas que, por un lado, ofrecen emocionantes relatos de los individuos que forman la sociedad y, por otro, mediante instalaciones y visualizaciones interactivas persiguen generar debate en entornos físicos localizados. Son solo algunas de los muchos proyectos que sirven

¹² Aquí es posible ver los videos que muestran los proyectos: *Climate on the Wall* <http://vimeo.com/26423771> y *CO₂nfession/CO₂mmitment* <http://vimeo.com/26531218>.

¹³ *Tidy Street*: <http://collabcubed.com/2011/11/01/the-tidy-street-project/>.

para generar conocimiento, activar la movilización social y empoderar a la sociedad con conocimientos y herramientas. Sin embargo, al igual que ocurre con el periodismo de datos (Dickinson, 2013), los profesionales e investigadores se preguntan sobre el verdadero alcance de estas iniciativas.

Diariamente nos llega una enorme cantidad de información, con características muy determinadas por las tecnologías asociadas a Internet que las facilita (Carr, 2010), que no puede menos que propiciar reflexiones acerca de la desaparición de un verdadero conocimiento (Brey, Innerarity y Mayor, 2009). Cabría señalar que si bien las distintas formas de *Slow Journalism* pueden considerarse una respuesta adecuada a la sobresaturación de información y el flujo constante de noticias con su consiguiente efecto desmotivador; por otra parte, existen opiniones que dudan de la eficacia de estos nuevos formatos para aumentar el conocimiento relevante en los lectores:

Las alternativas específicas a los problemas del flujo continuo de publicación —especialmente si hablamos de elevar el conocimiento de las personas sobre los hechos más importantes para sus vidas en comunidad— parecen ser más bien el rigor en la selección de las noticias, el esfuerzo de organización, el uso de resúmenes orientativos, y no tanto la profundización de los textos (Desideri y Salaverría, 2012: 11).

Por otra parte, las enormes posibilidades narrativas de los nuevos formatos audiovisuales no están siendo aprovechadas por la industria (Jacobson, 2012), precisamente porque parece comprobado que el público prefiere acceder a información rápida y los formatos multimedia han ido perdiendo espacio en favor del vídeo (Lillie, 2011).

En relación a las infografías en la calle, a pesar de crear sinergias y debate en la comunidad, los investigadores dudan realmente de su eficacia en temas importantes. ¿Consiguen compromiso, implicación, inmersión?: “no está comprobado que su impacto en la conciencia o actitudes de la gente sea suficiente para contribuir a las necesidades de una ciudad inteligente, como un gobierno transparente y una ciudadanía responsable” (Claes y Vande Moere, 2013: 138). Visualizaciones interactivas como *Climate on the Wall* ofrecen al usuario/espectador una experiencia muy próxima al juego de modo que, si bien promueve el debate in-situ sobre temas locales, prima la experiencia lúdica sobre una participación significativa y un verdadero cambio de conciencia.

No obstante, el mayor problema que tienen todos los formatos, medios y estrategias enunciados en esta comunicación es que siguen siendo muy minoritarios y su

difusión escasa. Por ello, es importante divulgar todas las alternativas mencionadas para promover su implementación, desarrollo y utilización.

Bibliografía

- Bird, J. y Rogers, Y. (2010). *The Pulse of Tidy Street: Measuring and Publicly Displaying Domestic Electricity Consumption*. Pervasive '10 Workshops.
- Brey, A., Innerarity, D. y Mayor, G. (2009). *La sociedad de la ignorancia*. Barcelona: Zero Factory.
- Carr, N. G. (2010). *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales*. Bogotá: Taurus.
- Claes, S. y Vande Moere, A. (2013). Street Infographics : Raising Awareness of Local Issues through a Situated Urban Visualization. En *Proceedings of the 2nd ACM International Symposium on Pervasive Displays* (pp. 133-138). Mountain View.
- Costanza-Chock, S. (2014). *Out of the Shadows, Into the Streets: Transmedia organizing and the immigrant rights movement*. Cambridge, Massachusetts: M. Press, Ed.
- Desideri, L. y Salaverría, R. (2012). El flujo continuo de noticias y sus efectos. En *XV Foro de Investigación en Comunicación "El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos"* (pp. 1-15). Pontevedra. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/35258>.
- Dickinson, A. (2013). Does Data Journalism help democracy? Andydickinson.net. Recuperado de <http://digidickinson.net/2013/08/13/does-data-journalism-help-democracy/>.
- Estrin, J. (2010). One in 8 Million Wins an Emmy. *New York Times*. Nueva York. Recuperado de <http://lens.blogs.nytimes.com/2010/09/29/one-in-8-million-wins-an-emmy/>.
- Fritsch, J. y Brynskov (2011). Between experience, Affect, and Information: Experimental Interfaces in the Climate Change Debate. En *From Social Butterfly to Engaged Citizen: Urban Informatics, Social Media, Ubiquitous Computing, and Mobile Technology to Support Citizen Engagement* (pp. 113-134). Massachusset: MIT Press.
- Jacobson, S. (2012). Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000-2008. *New Media & Society*, 14 (5), 867-885.
- Lenhart, A. y Madden, M. (2005). *Teen Content Creators and Consumers*. Washington: Pew/Internet & American Life Project.
- Lillie, J. (2011). How and Why Journalists Create Audio Slideshows. *Journalism Practice*, 5(3), 350-365.
- Segel, E. y Heer, J. (2010). Narrative visualization: telling stories with data. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 16(6), 1139-48.
- Storm, B. (2010). *A Different Approach to Storytelling*. Nieman Reports.
- Valkanova, N., Jorda, S., Tomitsch, M. y Vande Moere, A. (2013). Reveal-it!: the impact of a social visualization projection on public awareness and discourse. *Chi 2013: Changing Perspectives*, 3461-3470.

Biografía

Elpidio del Campo es doctor en Comunicación Audiovisual y desde el 2003 profesor asociado de la Universidad Miguel Hernández de Elche en el departamento de

Ciencias Sociales y Humanas. Sus campos de investigación, publicados y expuestos en distintos congresos internacionales, incluyen las distintas formas de periodismo visual basadas en la imagen fotográfica y la visualización de datos. Correo electrónico: edelcampo@umh.es.

Juegos de realidad alternativa para la educación cívica en la universidad. Elementos de diseño: juego, narrativa y discurso

Storytelling, Game Design and Game Discourse in Alternate Reality Games for Civic Education in Higher Education

Nohemí Lugo Rodríguez, Tecnológico de Monterrey
María Elena Melón Jareda, Tecnológico de Monterrey

Resumen

Los juegos de realidad alternativa, *Alternate Reality Games (ARG)*, son considerados una narrativa transmedia. Estos juegos han sido explorados en ambientes educativos dadas sus características lúdicas y narrativas, así como sus posibilidades participativas e interactivas. Sin embargo, comúnmente han sido creados con historias fijas que han despertado menos interés de lo esperado en los alumnos. Esta investigación, con una aproximación exploratoria y un diseño de investigación-acción, consistió en solicitar a alumnos de carreras profesionales en las áreas de Arte Digital y Medios Digitales (del Tecnológico de Monterrey, Querétaro, México) que diseñaran su propio ARG. Los usuarios a los que van dirigidos estos juegos serían de comunidades a las que los alumnos pertenecen, ya sea dentro o fuera de su ambiente universitario. Para promover la reflexión sobre cambio social, su propuesta debía estar relacionada con ciudadanía, salud, política, medio ambiente, justicia o cualquier otra situación social o cultural en la que estuvieran interesados. Adicionalmente, el juego debía situarse en un mundo de ciencia ficción en el año 2030. Antes de realizar su propuesta los estudiantes investigaron y discutieron sobre descubrimientos tecnológicos y problemas que enfrenta la humanidad actualmente y decidieron presentar sus versiones utópicas, distópicas o apocalípticas del mundo. Sus propuestas fueron analizadas basándose en narrativa, elementos de juego y discurso. Se encontraron varias ideas creativas para promover la disposición a la participación ciudadana. Con el fin de facilitar el uso de estos juegos y de crear nuevos juegos estamos desarrollando una aplicación móvil cuyas características son descritas en el artículo.

Palabras clave

Educación cívica; juegos de realidad alternativa; aprendizaje basado en juego; juegos para el cambio social.

Abstract

Alternate Reality Games (ARG) are considered a type of Transmedia Storytelling. They have been explored in educational settings due to their gaming and storytelling features, their participation and interactivity possibilities. However, they have usually been produced with a fixed story for students to play or consume and have shown to spark less than the expected amount of interest from students. This research consisted on requiring bachelor's degree students from the Digital Art and Digital Media fields (at Tecnológico de Monterrey, Querétaro, Mexico) to outline their own ARG. Intended users would be communities to which they belong, either inside or outside their university environment. In order to promote reflection about social change, their game proposal had to be related to citizenship, health, politics, environment, justice or any other social or cultural situation in which they were interested. In addition, the game had to be situated in a science fiction 2030 world/scenery. Prior to their proposal, students researched and commented on discoveries, technologies and problems faced by humanity today, and decided to present either utopian, dystopian or apocalyptic

versions of the world. Their proposals were analyzed based on the narratives, gaming elements and discourse to inform ARG designs. Creative ideas about how to foster disposition to active citizen participation were found. In order to facilitate the use of those games or the creation of new ones by university professors and student groups from our university, we are designing and developing a mobile application which features are described in the paper.

Keywords

Civic education; alternate reality games; game based learning; games for social change.

Biografía

Nohemí Lugo Rodríguez es profesora asistente del Tecnológico de Monterrey, México. Es doctoranda del doctorado en Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra y es maestra en literatura. Investiga narrativa colectiva, interactiva y transmedia y participa actualmente en dos diseños tecnológicos educativos basados en juego. Su experiencia docente es en narrativa digital, fotografía y semiótica. Correo electrónico: nohemi.lugo.rodriguez@gmail.com.

María Elena Melón Jareda es Maestra en Ciencias Computacionales con especialidad en Gráficas Computacionales por el Tecnológico de Monterrey. Actualmente imparte clases en la misma institución en la ciudad de Querétaro en las áreas de programación para dispositivos móviles, estructuras de datos, modelado digital, animación 3D, así como de luz y textura para arte digital. Ha realizado investigación sobre el vínculo existente entre arte, ciencia y tecnología, siendo de su interés las instalaciones artísticas interactivas que hacen uso de nuevas tecnologías digitales como los sensores de presencia, los mapeos tridimensionales y los dispositivos móviles. Correo electrónico: mmelon@itesm.mx.

Espacios de descubrimiento: juego y narrativa en *Gone Home* *Spaces of discovery. Game and storytelling in Gone Home*

Marta Martín-Núñez, Universitat Jaume I

Resumen

El objetivo de la esta investigación es identificar los recursos ludonarrativos empleados en el videojuego *Gone Home* (The Fullbright Company, 2013) para contar una historia sobre una relación homosexual entre dos adolescentes situada en 1995. Para ello, cruzaremos la teoría de diseño de juegos con el campo de la narrativa audiovisual, con el objetivo de analizar cómo los elementos narrativos se integran en el diseño del juego para favorecer la jugabilidad y, al mismo tiempo, construyen una visión determinada de una realidad social.

En el juego, el/la jugador/a se sitúa en la mirada de Katie, una estudiante que regresa a casa tras un año en Europa. Encuentra su casa vacía y debe reconstruir la historia de lo que ha sucedido en su ausencia. El/la jugador/a debe hacer hablar al espacio que recorre, reconstruyendo a través de los objetos, notas y demás elementos que va encontrando la situación que ha llevado a su hermana y sus padres a desaparecer sin previo aviso. En el transcurso de esta ficción interactiva, el/la jugador/a descubre la historia de amor de su hermana con una compañera de clase y el trauma familiar que ello ha comportado.

Nuestro objetivo en esta investigación es identificar los recursos narrativos empleados para normalizar, por una lado, esta situación y, por otro, los que se emplean para perpetuar los estereotipos existentes. *Gone Home* fue reconocido como juego del año en el G4C Festival (Games for Change Festival) de 2014 y finalista en la categoría de excelencia narrativa en el Independent Games Festival de 2013, cosechando hasta otros doce premios, entre ellos el BAFTA al mejor debut, que da cuenta de su calidad como juego y su potencia narrativa.

Palabras clave

Videojuego; narrativa; *Gone Home*; Games For Change; LGBT; game studies.

Abstract

The aim of this paper is to identify the ludonarrative resources used in the game Gone Home (The Fullbright Company, 2013) to tell a story about a homosexual relationship between two teenagers set in 1995. To achieve this, we will cross Game Design Theory with Storytelling and Narrative in order to analyze how the narrative elements are integrated into the design of the game to favor gameplay and, at the same time, build a social reality.

In the game, the player plays as Katie, a student who returns home after a year in Europe. She finds an empty house and she starts to build the story of her family during her time away. The player must go through the house making sense of the space, rebuilding through objects, notes and other items found the situation that led to her sister and parents to disappear without notice. During this interactive fiction, the player discovers the love story of her sister with a classmate and the trauma it has caused.

Our goal in this paper is to identify the narrative resources used to normalize, on one side, this situation and on the other, those used to perpetuate stereotypes. Gone Home won the Game of the Year award in G4C Festival (Games for Change Festival) 2014 and was candidate for narrative excellence in the Independent Games Festival in

2013, collecting twelve other awards, including the BAFTA for best debut, which accounts for its quality as a game and narrative power.

Keywords

Videogame; storytelling; Gone Home; Games For Change; LGBT; game studies.

Agradecimientos

La presente investigación ha sido financiada a través del proyecto de investigación *La crisis de lo real: la representación documental e informativa en el entorno de la crisis financiera global*. Referencia P1·1A2014-05. Periodo: 2015-2017. Investigador Principal: Javier Marzal Felici.

Biografía

Marta Martín Núñez es doctora en Comunicación y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y en Comunicación Audiovisual por la Universitat Jaume I. Además, tiene un máster en Producción de Animación Infográfica y un máster oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Sus líneas de investigación se centran en la teoría de la imagen y las nuevas tecnologías digitales de la comunicación, trabajando cuestiones sobre fotografía, cine y videojuegos. Ha participado en libros colectivos como *Diccionario de fotógrafos españoles* (La Fábrica, 2014), *Narrativas [mínimas] audiovisuales* (Shangrila, 2014), o *(Re)viewing Creative, Critical and Commercial Practices in Contemporary Spanish Cinema* (Intellect Books, 2014) y ha publicado diversos artículos en revistas científicas. Ha realizado estancias de investigación en el Digital Cultures Research Centre (en el Pervasive Media Studio de Bristol) y en la Roehampton University (Londres). Actualmente imparte clases como Profesora Ayudante Doctora en la Universitat Jaume I de Teoría y Técnica de la Fotografía y de Narrativa Hipermedia y Análisis de Videojuegos. Correo electrónico: mnunez@uji.es.

Between song and protest: constructing a collective identity in art activist groups

Entre la canción y la protesta: construyendo una identidad colectiva en grupos de 'arte activismo'

Paula Serafini, King's College London

Abstract

In the context of social movements, Melucci sees “collective identity as an interactive process through which several individuals or groups define the meaning of their action and the field of opportunities and constraints for such an action” (1996: 67). Holland, Fox, and Daro (2008: 97) add that collective identities are complex phenomena that are in constant mutation, and thus defy static descriptions; in fact, collective identities are shaped by a fragile dependence on the itinerant relationships of individuals to movements; on constantly evolving visions for change; on ways of organising that change over time; and on shifting power relations outside and within movements.

Art activist groups find themselves in a halfway position between art and activism, and their practice, can be argued, is a hybrid. As a result, the unstable and mutating process of building a collective identity is marked, for these groups, by the continuous negotiation of these two facets: are they firstly a collective of artists or an activist group? Is their identity narrated and built around their mode of action, which is art practice, or around their political views and objectives?

This paper, a product of extensive ethnographic research, asks: how is the process of collective identity-building different in the specific case of activist groups that use artistic practice as a mode of action? In order to answer this question, I refer to the case of a London-based environmental choir that protests Shell's sponsorship of cultural institutions in the UK. In my analysis, I highlight the negotiation of the artistic component and of strategy as a key element in the ongoing process of developing a shared identity. Focusing on this negotiation, I argue, is key towards an in-depth understanding of what makes art activism a distinct practice that differs from other artistic and political practices.

Keywords

Collective identity; singing; activism; environmentalism; London.

Resumen

Melucci argumenta que la identidad colectiva en los movimientos sociales es un proceso interactivo a través del cual varios individuos o grupos definen el significado de sus acciones y el campo de oportunidades y límites de dichas acciones (1996: 67). Holland, Fox y Daro (2008: 97) agregan que las identidades colectivas son fenómenos complejos que están en constante mutación, y por lo tanto eluden descripciones estáticas: las identidades colectivas se ven afectadas por las relaciones itinerantes que los individuos tienen con los movimientos sociales; visiones sobre el cambio social que están en permanente evolución; formas de organización que cambian con el tiempo; y relaciones de poder que mutan dentro y fuera de estos mismos movimientos.

Los grupos que practican “arte-activismo” se encuentran en una posición intermedia entre el campo del arte y el activismo político o social. Como resultado, el proceso inestable de construcción de una identidad colectiva está marcado, para estos grupos, por la constante negociación de estas dos facetas: ¿Son, en primer lugar,

colectivos de artistas o grupos de activistas? ¿Construyen y narran su identidad alrededor de su modo de acción –práctica artística– o de sus objetivos políticos?

Este artículo, basado en investigación etnográfica, responde a la pregunta: ¿De qué manera se desarrolla el proceso de construcción de identidad colectiva en el caso específico de grupos activistas que utilizan medios artísticos como su vehículo de acción? Para responder a esta pregunta, me refiero al caso de un coro ambientalista surgido en Londres que protesta contra la relación de patrocinio entre la compañía Shell y ciertas instituciones culturales británicas. Mi análisis resaltará la negociación entre el elemento artístico y el estratégico como un punto clave en el proceso de desarrollar una identidad compartida. Centrarse en esta negociación, propongo, es importante y necesario si se quiere adquirir una comprensión a fondo de las prácticas estético-políticas.

Palabras claves

Identidad colectiva; canto; arte-activismo; ambientalismo; Londres.

Biography

Paula Serafini is a PhD Candidate in the Department of Culture, Media & Creative Industries, King's College London, where she is conducting ethnographic research on performance-based art activist practices in the UK. The focus of her current project is on the processes and dynamics of art as protest, particularly on issues of prefiguration, collective identity, and participation. In addition to doing research, she is involved in a number of collaborative art projects and campaigns, and is a facilitator for the youth art and activism project *Voices that Shake!*. She is currently also a Contributing Editor for *Cultural Anthropology Online*. E-mail: paula.serafini@kcl.ac.uk.

“Festival Del Norte Bravos Hijos: la paz es nuestro empeño”, hip hop para la construcción de paz y el cambio social en Norte de Santander

Bravos Del Norte Children festival: peace is our commitment, hip-hop for peacebuilding and social change in Norte de Santander

Gladys Adriana Espinel Rubio, Universidad Francisco De Paula Santander
María Consuelo Saavedra Fonnegra, Universidad Francisco De Paula Santander

Resumen

La investigación sistematizó los aportes a una cultura de paz del “Festival Del Norte Bravos Hijos: la paz es nuestro empeño”, creado y realizado por el colectivo juvenil 5ta con 5ta crew en el 2013 en Cúcuta, Norte de Santander, y de qué manera este se convirtió en una experiencia de comunicación para el cambio social, ya que desarrolló, a través de la música y el grafiti, capacidades para la organización, la participación ciudadana y la incidencia política en jóvenes de la ciudad que les llevó a sobreponerse de esta forma al contexto de estigmatización social y marginación política.

Cúcuta es la capital del departamento ubicado al nororiente de Colombia en la frontera con Venezuela; por su ubicación geoestratégica y su proximidad con la selva del Catatumbo y el Lago de Maracaibo, se ha constituido desde el siglo XVIII en el epicentro de intercambios comerciales y culturales que posicionaron a la Ciudad como la “frontera más dinámica de Suramérica”. Es también una ciudad receptora de desplazados por el conflicto armado colombiano, pues se asume como un sitio de paso para transitar entre ambos países y vivir de la informalidad que se acrecentó con las diferencias cambiarias entre las monedas nacionales y las prebendas propias de un Estado Socialista, que satisfacen necesidades básicas a muchas familias colombianas que legal o ilegalmente, se asientan en los territorios fronterizos.

La sistematización permite evidenciar los tres momentos claves de la experiencia: primeramente, el nacimiento de la 5ta con 5ta crew como colectivo juvenil que logró poner al arte como punto de encuentro para crear nuevas formas de vivir y resistir; en segundo momento, el surgimiento y autogestión de forma cooperativa y creativa de iniciativas artísticas significativas que aportaron en sus comunidades y fueron reconocidas como agentes de cambio; el tercer momento, la articulación y consolidación de las iniciativas artísticas significativas atreviéndose a realizar el 1^{er} festival de Hip Hop en Norte de Santander que aportó a la convivencia desde el reconocimiento y participación pública de la juventud en iniciativas artísticas y la promoción del arraigo territorial.

Esta experiencia aportó a una cultura de paz y generó un proceso de comunicación para el cambio social, puesto que los jóvenes han desatado su palabra y se han organizado para incidir en las agendas públicas del Departamento; han contribuido a construir escenarios comunitarios para la vida y la alegría resignificando hechos de muerte y violencia, son referentes colectivos para la niñez y juventud y hasta el día de hoy continúan caminando en el ejercicio pleno de su ciudadanía y exigibilidad de derechos a una vida con oportunidades y libre de estigmatizaciones.

Palabras clave

Ciudadanía; cultura de paz; colectivo juvenil; hip hop; participación pública.

Abstract

This research has systematized contributions to a culture of peace from Festival Bravos Del Norte youth group Sons of the 5th through 5th crew between 2008 and 2013

in Norte de Santander. It also addressed how this became an experience of communication for social change, developed through music and graffiti, capacities for organization, citizen participation and advocacy in urban youth, thus overcoming the context of social stigma and political marginalization.

The systematization makes evident the three key moments of this experience. First, the birth of the 5th through 5th crew as youth group, who managed to convert art in a meeting point to create new ways of living and resist. Second, the emergence and self-management cooperative and creative way of significant artistic initiatives that contributed to their communities and were recognized as agents of change. Third, articulation and consolidation of significant artistic initiatives daring to celebrate the Frist Hip Hop festival in Norte de Santander, which contributed to the coexistence from the recognition and public participation of youth in artistic initiatives and the promotion of territorial roots.

This experience brought a culture of peace, as young people have unleashed their words and organized to influence public agendas of the Department. They helped building community scenarios for life and joy by re-signifying facts of death and violence, which are related to the children and youth, and even today continue to walk in the full exercise of citizenship and enforceability of rights to a life free from stigmatization opportunities.

Keywords

Citizenship; culture of peace; youth group; hip-hop; public participation.

Introducción

La sistematización de experiencias es una metodología de investigación y una herramienta en sí misma. De acuerdo con Marco Raúl Mejía (s.f.), la sistematización ha permitido durante 50 años en América Latina, entender que las prácticas y los saberes de las comunidades tienen la posibilidad de llegar a ser teoría u orientar dichas fundamentaciones siendo una estrategia fundamental para teorizar sobre las mismas y obtener buenas prácticas replicables en contextos similares “[...] al mismo tiempo que se generan dinámicas sociales de transformación de procesos, instituciones y estructuras mostrando que ella (la práctica) modifica realidades y empodera colectivos y subjetividades” (Mejía, s.f.).

Bajo estos parámetros se realizó la sistematización que dio origen al presente artículo, cuyos objetivos fueron: analizar la experiencia del “Festival Del Norte Bravos Hijos: la paz es nuestro empeño” como referente en la promoción y construcción de la convivencia pacífica; reconocer los aprendizajes obtenidos por los miembros del Colectivo 5ta con 5ta frente a la capacidad de orientar las prácticas artísticas como fuerza de transformación social y destacar el potencial de la música como elemento integrador que favorece el desarrollo de prácticas de convivencia.

1. Reconstrucción de la experiencia del “Festival Del Norte Bravos Hijos: La paz es nuestro empeño”

La reconstrucción de la experiencia del “Festival Del Norte Bravos Hijos: La paz es nuestro empeño” permitió evidenciar que este proceso se desarrolló en tres momentos claves, primeramente el nacimiento de la 5ta con 5ta crew como un colectivo juvenil de un puñado de adolescentes y jóvenes en contextos de vulnerabilidad social, pero que lograron ubicar el arte como punto de encuentro para crear nuevas formas de vivir y resistir; en segundo momento se encuentran el surgimiento de experiencias significativas de la 5ta con 5ta crew, y como este colectivo de manera cooperativa y creativa impulsa y autogestiona iniciativas artísticas que como procesos aportan a la sociedad convirtiéndolos en reconocidos agentes de cambios en sus comunidades; y el último, momento evidencia la consolidación de las experiencias significativas que se articularon y atrevieron a realizar el 1^{er} Festival de Hip Hop en Norte de Santander como una propuesta que aporta a la convivencia desde la participación de la juventud en iniciativas artísticas y culturales, visibilizando y generando una plataforma de reconocimiento para los jóvenes y promoviendo el sentido de pertenencia a la región.

La información aportada por los protagonistas es de suma importancia para conectar los sucesos vitales de esta historia que impulsó a jóvenes a cambiar su vida y enriquecer a los demás, aunque se buscó reconstruir con el rigor científico que exige la academia, se recomienda leerla con el corazón y se invita a los lectores a emocionarse y sentir esperanza de que aún no todo está perdido y que la juventud de Colombia y Latinoamérica avanza en construir nuevos caminos llenos de creatividad y alejados de dinámicas violentas.

En el 2013 el colectivo la 5ta con 5ta se propone organizar un Festival que fuese plataforma de reconocimiento y visibilización de sus procesos y las prácticas artísticas de los y las jóvenes del Departamento. El análisis de la experiencia se realizó en tres momentos: (1) Articulando la familia, (2) Articulación territorial y (3) Desarrollo del festival.

1.1. Momento 1: articulando la familia

La 5ta con 5ta crew revisó las distintas iniciativas que había emprendido años atrás y construyó una propuesta colectiva que retomara el sentido del arte como un

medio para el cambio y la transformación social. Al momento de validarlas, tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Promoción de la convivencia: En la medida que fomentara el trabajo en equipo, promoviera el desarrollo de capacidades artísticas en adolescentes/jóvenes, generaran redes afectivas como círculo protector frente a dinámicas violentas; a nivel político facilitando espacios de integración comunitaria, recuperación de espacios marcados por la violencia, resaltara el sentido de pertenencia a la región e incidencia política reivindicando derechos de los y las jóvenes y aportando al dialogo constructivo con demás actores sociales y políticos del territorio.
- Consolidación de la iniciativa: Considerando la calidad artística y organizativa del proceso reflejado en la consolidación de un público, reconocimiento y contactos con artistas del nivel local, regional, nacional e internacional.

1.1.1 Construcción colectiva de la propuesta

Se construyó una propuesta definiendo primero el nombre del festival y su eslogan; se deciden por “Del Norte Bravos Hijos” puesto que recogía y promovía el sentido de pertenencia con el Departamento y como eslogan del Festival “La paz es nuestro empeño” que es una de las frases más significativas del himno de Norte de Santander. También se establece como tema central la promoción de la participación de los jóvenes para la convivencia desde el arte, para lo cual se establecen los espacios y los invitados con base en las expectativas y necesidades de la organización.

Se plantean dos ejes:

- Eje Académico: como espacio que permitiese cualificar las capacidades de los artistas regionales, donde las reflexiones y aprendizajes en cuanto al arte como movilizador de convivencia y el rol constructivo de la juventud pudiesen visibilizarse y compartirse, además de aportar a la cualificación técnica de los artistas. Aportando con este eje a la construcción colectiva de conocimiento y abrir nuevos espacios de discusión sobre la importancia del arte en la región se definen los siguientes espacios:
 - a) Conversatorio “Hip hop por la convivencia” para compartir las experiencias de procesos colectivos de hip hop como aporte a la convivencia a nivel nacional.

- b) Conversatorio “Con arte, con cultura, con vivencias” para reflexionar sobre el arte en la resignificación de situaciones de violencia de género y violencia contra los jóvenes.
- c) Talleres teórico-práctico de break dance, de graffiti y de producción musical facilitados por los invitados para cualificar las capacidades técnicas de artistas regionales.
- Eje cultural: Como espacio para visibilizar los talentos regionales y nacionales en el hip hop, promoviendo desde el arte la resignificación de espacios comunitarios y el encuentro intergeneracional en un espacio de ambiente no violento y sana convivencia. Por lo cual se plantea un día para cada iniciativa tales como, un concierto de rap, una batalla de break dance y un encuentro de graffiti, sin embargo teniendo claro que las iniciativas se complementaban y apoyaban entre sí cada día.

1.1.2 Definición de invitados e invitadas

Artistas: Se buscó la participación de artistas del hip hop con capacidades y reconocimiento a nivel técnico y que a su vez contasen con experiencia en procesos colectivos que aportasen a la convivencia y los derechos de los/as jóvenes, incluyendo un enfoque de género con la invitación por primera vez a mujeres artistas. Los invitados fueron: Diana Avella, bogotana reconocida pionera del rap femenino en Colombia con 16 años en la escena musical que ha cuestionado los esquemas patriarcales de la cultura Latinoamericana a través del rap; De la Roca, diseñadora, pintora y graffitera. Ha estado vinculada con jornadas populares de participación colectiva de niños, jóvenes y adultos para la realización de murales y graffitis que dignifiquen los intereses locales; Enigma, rapero y productor musical de Cali. Fundador y participante activo del colectivo *Cali rap cartel* proceso que nació en 1996 cuando raperos del sector popular del distrito de Agua blanca en Cali por la situación de violencia estaban enfrentándose a la muerte de muchos de sus integrantes y deciden unirse para no dejarse matar; B-boy Arex, de Medellín, reconocido a nivel internacional como referente del baile, recientemente ganador del concurso latinoamericano más importante *la red bull bc one 2013* otorgando la representación por Latinoamérica en el campeonato mundial a celebrarse en Tokio en noviembre del 2013: Arex, es fundador de *crew peligrosos* colectivo de hip hop que ha emprendido procesos de formación y visibilización de artistas adolescentes y jóvenes de la comuna 4 de Medellín.

Académicos: Se buscó la participación de personas que desde su trayectoria profesional –no artística– hubiesen emprendido procesos con jóvenes y experiencias artísticas a nivel comunitario y político como propuesta por la no violencia y el cambio social. Se invita a Carlos Fernández, experto en cultura de paz, transformación de conflictos y movilizaciones no violentas.

1.2 Momento 2: articulación territorial

Se identificaron tres grupos de actores: Organizaciones sociales, académicas y culturales; por lo que se convoca a CERCAPAZ-GIZ; Universidad Simón Bolívar – extensión Cúcuta; Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS), Biblioteca pública Julio Pérez Ferrero; y Junta Administradora Local de la comuna 8 de Cúcuta.

También se vincularon empresas privadas, medios de comunicación y personas que se reconocen como amigos de la 5ta con 5ta crew.

1.3 Momento 3: desarrollo del festival

El festival evidenció los sueños y esperanzas de un grupo de jóvenes que se atrevieron a organizar y gestionar el primer festival de hip hop en Norte de Santander. Contó con la participación de artistas y asistentes, niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos de los municipios de Cúcuta, Los Patios, Villa del Rosario, Gramalote, Pamplona, Ocaña, Cáchira y El Zulia del departamento de Norte de Santander; Bucaramanga, Aguachica, Valledupar, Medellín, Manizales, Bogotá, Cali por Colombia y de las ciudades de Caracas, Valencia, San Cristóbal, San Antonio y Ureña por Venezuela.

1.3.1 Eje académico

Se logró la discusión sobre el papel del arte y la juventud en las transformaciones sociales con jóvenes universitarios y artistas, funcionarios públicos y docentes universitarios.

Intercambio de experiencias de dialogo entre institucionalidad y jóvenes alrededor de la práctica del graffiti en Bogotá: inauguró el Festival. Se centró en el diálogo con un funcionario de la secretaría de cultura de Bogotá y un artista integrante de la mesa distrital de graffiti de Bogotá. Permitted reflexionar sobre la importancia de acercar a la administración pública y a los artistas para que dialoguen sobre las condiciones necesarias para que la práctica del graffiti pueda darse en condiciones de

seguridad y respeto por los derechos humanos y respeto al patrimonio público de las ciudades. Se resaltó la importancia de esta expresión en la apropiación territorial y de los espacios públicos.

Otras experiencias en el Festival fueron los conversatorios: *Hip hop por la convivencia; Con arte, con cultura, con vivencia*, en el que se compartieron reflexiones y aprendizajes sobre el arte y género y sobre cómo el arte se convierte en una herramienta para cuestionar y transformar esquemas patriarcales y machistas de las sociedades. Así mismo hubo espacio para reflexionar sobre las micro acciones colectivas desde el arte para una cultura de paz con la experiencia organizativa de *Cali rap cartel* y profesional de Carlos Fernández; talleres de Break Dance, Graffiti y producción musical.

1.3.2 Eje cultural

Se da el lanzamiento del videoclip y el compilado musical *Del Norte Bravos Hijos*; Batalla de break dance - *Style Battle V.3*; Encuentro de graffiteros(as) – *Atracarte 3*. De esta manera, la 5ta con 5ta crew consolidó algunas experiencias significativas que permitieron formar desde la práctica como artistas a muchos adolescentes y jóvenes, visibilizar al hip hop como una herramienta para integrar e impactar positivamente a comunidades y resignificar espacios marcados históricamente por el abandono y la violencia.

Atracarte, por ejemplo, nació ante la falta de apoyo de la institucionalidad pública para realizar actividades de graffiti. Fue la respuesta creativa de un grupo de jóvenes que decidieron atacar con arte espacios abandonados y marcados por la violencia, con recursos propios y la participación conjunta de las comunidades. Esta experiencia permitió que la participación de las mujeres en el graffiti aumentara, pues también estuvo compuesta de actividades de formación en la casa de algunos de los dinamizadores los días domingos, abriendo espacios de confianza para que ellas adquirieran herramientas para el quehacer artístico en una práctica masculinizada históricamente.

El *Style Battle: Batalla de break dance* buscaba encontrar a los bailarines de break dance del departamento y la región fronteriza para batallar desde el cuerpo y el baile en espacios de sana convivencia y disfrute.

El *Compilado de rap: Del Norte Bravos Hijos* aparece en aras de visibilizar a aquellos grupos, parches y solistas de rap que existían en la región y de promover

sentido de pertenencia por la misma desde una perspectiva juvenil, la 5ta con 5ta después de haber autogestionado su estudio de grabación, lanza por redes sociales la convocatoria pública y abierta para conformar el I compilado de rap departamental, donde los interesados debían diligenciar un formulario, presentar una audición ante tres jurados, los seleccionados ganaron el derecho de producción y grabación de una canción individual y hacer parte de una producción colectiva donde se hablara del Departamento y sus lugares de origen.

54 raperos/raperas de Norte de Santander presentaron la audición el 18 de mayo de 2012 ante tres jurados provenientes de San Cristóbal –Venezuela. Los cuales evaluaron métrica, puesta en escena y contenido temático de las canciones. Fueron seleccionados 17 propuestas musicales con un total de 19 hombres y 2 mujeres, de los municipios de Cúcuta, Los Patios, Pamplona, Ocaña y Cáchira.

Como una forma de aportar a la apropiación territorial y el sentido de pertenencia, se decidió que la canción colectiva tuviese un videoclip, visibilizando los lugares de origen de cada rapero/rapera, yendo hasta los barrios y lugares representativos de los municipios. Además, los miembros de la 5ta con 5ta crew participaron en el programa Cultura en los alberges, un proyecto del Ministerio de Cultura junto con Colombia Humanitaria que buscó promover la reconstrucción del tejido social con prácticas culturales al interior de los alojamientos de los damnificados de Gramalote por el Fenómeno de la Niña 2010-2011.

Una parte del equipo de la 5ta con 5ta crew facilitó un taller a niños, niñas y adolescentes al programa para la enseñanza del rap y el graffiti de Gramalote en el marco del proyecto de reconstrucción de ese municipio operado por la Universidad Simón Bolívar; como resultado de este proceso de formación se lograron producir colectivamente dos murales en los lugares de los alberges y cinco canciones de rap, donde los niños, niñas y adolescentes expresaron qué querían para su vida, su comunidad y sus familias.

Se facilitaron así espacios para el encuentro comunitario –vecinos y familia– lo cual permitió que alrededor del hip hop se fortaleciera su tejido social y las relaciones intergeneracionales entre niñez/adolescentes y adultos, además de facilitar la construcción de memoria colectiva de comunidades que tuvieron que desplazarse forzosamente.

Finalmente, la Participación en la Mesa de Infancia, Adolescencia y Juventud se logra por el reconocimiento en el trabajo con jóvenes. Esto permitió a la 5ta con 5ta

crew visibilizarse ante actores sociales y políticos como un colectivo que desde el arte genera espacios para el aprovechamiento del tiempo libre e integración comunitaria de niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

2. La cultura de la violencia y la cultura de paz

Vincenç Fisas señala que:

La cultura de la violencia es *cultura* en la medida en que a lo largo del tiempo ha sido interiorizada e incluso sacralizada por amplios sectores de muchas sociedades, a través de mitos, simbolismos, políticas, comportamientos e instituciones, y a pesar de haber causado dolor, sufrimiento y muerte a millones de seres (Fisas, 1998: 35).

Así las cosas, la cultura de la paz comporta el reconocimiento, el respeto y la práctica cotidiana de un conjunto de valores éticos e ideales democráticos que están basados en la solidaridad intelectual y moral de la humanidad (Fisas, 1998). La importancia de este concepto dentro de la formulación del proyecto radica en que constituye la motivación y el resultado que van construyendo experiencias como el “Festival Del Norte Bravos Hijos” dentro de las comunidades impactadas por su trabajo.

En este sentido, cuando la cultura y el arte se convierten en el ámbito escogido para iniciar transformaciones sociales, los actores involucrados enfrentan una manifestación de la cultura de violencia como es la “violencia cultural”, que hace referencia a “[...] aquellos aspectos de la cultura, el ámbito simbólico de nuestra existencia (materializado en religión e ideología, lengua y arte, ciencias empíricas y ciencias formales), que puede utilizarse para justificar o legitimar violencia directa o estructural” (Galtung, 1989: 7).

Las diferencias culturales también generan separación y conflicto en el interior de los barrios, y resulta interesante evaluar en qué medida acciones como las realizadas por la 5ta con 5ta crew colaboraron principalmente, en la apertura de espacios más receptivos y en la transformación de conflictos a partir de las diferencias, generando espacios para la vida y la paz, rechazando enérgicamente la violencia.

Por otra parte, una propuesta que apunte hacia la construcción de una cultura de paz necesariamente debe permitir en palabras de Elise Boulding “la capacidad de imaginar un mundo diferente. La imaginación da el poder para actuar en favor del cambio social y para poner en marcha aventuras pacíficas constructivas” (citada por Fisas, 1998: 20).

Los proyectos comunes son los entornos destinados para construir la paz, en el libro *La Imaginación Moral: El arte y el alma de la construcción de paz* de John Paul Lederach, se desarrolla bien la premisa, pero en pocas palabras llama a usar la intuición y el potencial creativo que las iniciativas plurales de la sociedad civil pueden canalizar para poner en marcha y sostener procesos exitosos de construcción de paz en situaciones de violencia que han desembocado en cambios sociales y políticos amplios y profundos (Salazar, 2008).

En esta experiencia que aportó a la transformación positiva de la violencia, es importante, referenciar el triángulo de la violencia de Galtung (en Calderón, 2008) donde se representan las relaciones existentes entre los tres tipos de violencia identificados por el autor: violencia directa, violencia estructural y violencia cultural. La violencia, según Galtung, es como un iceberg, de modo que la parte visible es mucho más pequeña que la que no se ve. En esa parte visible se encuentra la violencia directa, que actúa en consecuencia por lo que se concreta con comportamientos y responde a actos de violencia. En la parte invisible están la violencia estructural y la cultural. La primera se centra en el conjunto de estructuras que no permiten la satisfacción de las necesidades y se concreta, precisamente, en la negación de las necesidades. Mientras que la segunda crea un marco legitimador de la violencia y se concreta en actitudes.

La transformación de los conflictos empieza a suceder cuando se actúa de manera articulada sobre los tres tipos de violencia. En el caso de la experiencia del “Festival Del Norte Bravos Hijos”, aportó e intervino los elementos y factores que componen los tres tipos, pero especialmente en las que pertenecen “invisibles”.

A medida que se empiezan a conocer y reconocer formas pacíficas para la transformación de conflictos, los jóvenes inmersos en el proceso comienzan a identificar posibilidades de accionar, ya no únicamente en el plano de lo artístico, sino en el ejercicio de la ciudadanía y su interlocución con la institucionalidad y otros sectores de la sociedad. Es ahí donde se asciende por la escalera de la participación y aparecen los escenarios de comunicación para el cambio social. De acuerdo con Alfonso Gumucio (2011), este es un proceso vivo que no se puede definir con conceptos, sin embargo, explica que para que haya un proceso enmarcado en esta denominación, debe contar con cinco características: 1. Participación ciudadana y apropiación; 2. Lengua y pertinencia cultural; 3. Generación de contenidos locales; 4. Uso de tecnología apropiada; 5. Convergencia y redes.

Por su parte, Luis Ricardo Navarro Díaz (2010) en su libro *Entre esferas públicas y ciudadanas*, propone a modo de conclusión que la comunicación para el cambio social tiene el propósito:

[...] de crear una cultura de la tolerancia, del pluralismo, de la solidaridad, de la corresponsabilidad, de la aceptación de las diferencias mediante la deliberación colectiva, la información y la formación ciudadana, la aplicación del conocimiento para el progreso económico y social, el desarrollo tecnológico y la inclusión social (Navarro, 2010: 179).

Para Navarro, es clave en el contexto latinoamericano, y más precisamente en el colombiano, pasar por medio de la comunicación, de los conflictos “entre antagonistas (amigo-enemigo) a los conflictos entre agonistas (amigo-adversario)” que permite la actuación a pesar de las contra-identidades; “es la búsqueda comunicativa de la coexistencia de las diferencias, sin que la única opción sea la eliminación del que piensa diferente” (Navarro, 2010: 179).

El “Festival Del Norte Bravos Hijos: la paz es nuestro empeño” es así también una experiencia de comunicación para el cambio social, porque permitió a los miembros del Colectivo 5ta con 5ta crew desarrollar capacidades para el diálogo público-privado a través de sus propios intereses y en busca del reconocimiento de la diferencia cultural e identitaria de los jóvenes cucuteños y nortesantandereanos.

Conclusiones

Ante las situaciones de exclusión y violencia presentes en el territorio, el “Festival del Norte Bravo Hijos: la paz es nuestro empeño” permitió que se resignificara la práctica de la expresión artística, evidenciando historias de vidas que han sido transformadas a través del arte y facilitando que las comunidades, otros colectivos artísticos, funcionarios públicos, académicos, organizaciones sociales reconocieran el potencial del arte en la juventud para aportar al desarrollo de la región; abriendo caminos de acercamiento entre la institucionalidad y la 5ta con 5ta crew.

Bibliografía

- Calderon, P. (2008). Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización. *Revista paz y conflictos*, 15.
- Fisas, V. (1998). *Cultura de Paz y Gestión de Conflictos*. Barcelona: Icaria.
- Galtung, J. (1989). *Violencia Cultural*. Bizkaia: Gernika Gogoratuz.
- Gumucio, D. A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave para el desarrollo participativo. *Signo y pensamiento*, XXX(58), 26-39.

- Mejía, M. R. (s.f.). www.cepalforja.org. Recuperado de http://www.cepalforja.org/sistem/sistem_old/sistematizacion_como_proceso_investigativo.pdf.
- Navarro, D. L. (2010). *Entre esferas públicas y ciudadanas. Las teorías de Arent, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Salazar, B. P. (2008). Reseña de *La imaginación moral. El arte y el alma de construir la paz* de John Paul Lederach. *Revista de Economía Institucional*, 339-406.

Agradecimientos

A la 5ta con 5ta crew y sus dos soñadores fundadores Ahiman y Showy, a la resistencia cultural de los/as Afrodescendientes del pacífico sur Colombiano, a la cooperación alemana desde el programa CERCAPAZ de la GIZ y su equipo, en especial, Víctor Gutiérrez y Angélica Vásquez y la Universidad Francisco de Paula Santander.

Biografía

Gladys Adriana Espinel Rubio es comunicadora social-periodista y magíster en Estudios sobre problemas políticos latinoamericanos. Candidata a doctora en Ciencias Políticas (Universidad del Zulia, Venezuela). Docente auxiliar del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia. Asesora y consultora en fortalecimiento institucional, gobernabilidad democrática y transformación de conflictos para la Unicef, la GIZ y el BID. Correo electrónico: gladysespinel@ufps.edu.co.

María Consuelo Saavedra es estudiante, activista y gestora cultural. Trabajadora Social en formación de la Universidad Francisco de Paula Santander, motivada por la cultura de paz y la juventud en 2011 ingresa al semillero de investigación en estudios sociales y pedagógicos para la paz; dedicada a la gestión cultural comunitaria desde el 2009 se inició en el grupo juvenil de una Iglesia Cristiana y paralelamente en la Fundación Fósforos con infancia y adolescencia, posteriormente, desde febrero del 2013 ingresa al colectivo 5ta con 5ta crew al cual apoya en su legalización como persona jurídica en 2014 siendo parte de su equipo fundador. Correo electrónico: Mariacsaavedraf@gmail.com.

15M. La expresión del conflicto en las canciones protestas

15M. The expression of conflict in Spanish protest songs

Antonio Francisco Alaminos Fernández, Universidad de Jaume I

Resumen

El objetivo de esta comunicación es analizar de manera exploratoria en qué forma las letras de las canciones protesta, escritas en el entorno de las movilizaciones del 15M, contienen una visión del mundo social, económico y político. Las canciones protesta se caracterizan por la denuncia social de situaciones de explotación, discriminación o esclavitud. El rasgo común a todas ellas es la existencia de un conflicto, al que responden tomando posición por una de las partes o apelando a la paz y al consenso. En ocasiones ofrecen soluciones a dichos conflictos, si bien no es la situación más extendida.

En relación a las canciones del 15M, emplearemos como referencia las disponibles en la página de la Fundación Robo. En dicha página se alojan canciones cuyo nexo de unión es la protesta por la situación que vive la sociedad española. Tomando las canciones como datos de análisis, se estudiarán los estilos más empleados para protestar, el empleo del “*bricoleur*” (Levi-Strauss) de músicas y letras para recomponer un nuevo mensaje y finalmente se considerará la presencia de dualizaciones como las de “nosotros” y “ellos”. Se exploran las razones que se exponen en las letras para llegar al conflicto actual y las soluciones que se proponen. Tras definir qué actores y colectivos definen cada uno de los grupos, se consideran las relaciones que se proponen entre ellos.

Destacan los planteamientos que presentan la relación como de lucha o conflicto, mientras que la oferta de relaciones constructivas, ya sea de diálogo, consenso o negociación, es prácticamente inexistente. Raramente ofrecen una solución pacífica a los conflictos.

Palabras clave

15M; reflexividad; música protesta; movimientos sociales.

Abstract

The aim of this paper is to analyze the lyrics of the protest songs composed in relation with the 15M demonstrations. The protest songs are characterized by the claims of civil and social rights. The common feature of all these songs is the existence of a social conflict. The songs may appeal to peace and consensus, or also to violence.

In relation to the songs of 15M, I analyze the songs available on the website of the Robo Foundation. The web page contains songs that express the protest against the situation that the Spanish society lives. Taking the songs as data, I consider the styles more employed to protest, and the use of the “bricoleur” method (Levi-Strauss) in music and lyrics in order to rebuild a new message. The reasons that drive to the current conflict, the actors that define each of the groups, and the relationships among them are also studied.

Finally, the presence of concepts like “us and them” is analyzed. The protest songs define the social situation in Spain as a fight or conflict. Virtually there is not any offer of dialogue, consensus and negotiation. Rarely they offer a peaceful solution to such conflicts.

Keywords

15 M; reflexivity; protest song; social movement.

Introducción

Al igual que existen diferentes formas de protestar como los *graffitis*, las manifestaciones, las pancartas, etc. existen las canciones. Los eslóganes coreados en una manifestación, son una primera expresión de la incorporación de la música a las protestas. En un nivel más elaborado, los músicos y cantantes se involucran en las reivindicaciones creando canciones que expresan o denuncian situaciones de injusticia o violencia. En cierto sentido, las canciones protesta han llegado a definir un género. Victor Jara, Joan Baez o Bob Dylan son nombres fácilmente asociables al empleo de la canción para denunciar y protestar contra la injusticia o la opresión (Denisoff, 1966; Alaminos Fernández, 2014). Las canciones protesta surgen en entornos de conflicto social, y en cierto modo son indicadores de ello. Sus letras y sus planteamientos son reveladores de estos conflictos, sus causas o sus consecuencias. Este género aparece debido al malestar social. En ocasiones la canción protesta evoluciona hasta el punto en el que el género o el intérprete deja de ser lo central y el mensaje ocupa una posición central. En estos casos, el pseudoanonimato, los cantantes no profesionales y las alternativas a los derechos de autor son parte del proceso.

El conflicto más actual que afecta directamente a la canción protesta es el del movimiento 15M, que ha desarrollado su actividad de difusión a través de diferentes estrategias comunicacionales, teniendo una presencia especial en el ámbito online (Arévalo Salinas, 2014). De esta manera la forma en la que se constituye el mensaje de las canciones, por mezcla y reciclaje, se independiza como veremos de una forma musical concreta. Una característica principal de este tipo de canciones protesta es la presencia de cantantes conocidos junto a otras canciones de carácter anónimo. De esta manera dentro de la plataforma Fundación Robo¹ podemos encontrar en su gran mayoría intérpretes poco conocidos, anónimos y junto a ellos se observan artistas más conocidos como Nacho Vegas, Los delinquentes o Chojin.

Un gran número de canciones usadas dentro del movimiento 15M se encuentran dentro de la plataforma Fundación Robo. Tras las movilizaciones del 15 de mayo de 2011, un colectivo de músicos comenzó a colgar canciones de contenido político en un sistema de pseudoanonimato. Aquí se alojan un total de 39 canciones interpretadas tanto

¹ <http://esunrobo.bandcamp.com>.

por artistas famosos como por artistas amateurs. De esta manera no solo se destruye todo factor lucrativo que intente apoderarse de estas expresiones musicales asociadas al inicio del Movimiento 15M, y así sacar provecho, si no que se da igual importancia a todo tipo de canciones.

Al igual que encontramos diferentes tipos de artistas que interpretan las canciones, encontramos una gran variedad de géneros. En la medida que vamos a emplear dichas canciones como base de este análisis, es importante conocer los criterios de selección que se siguen para colgar canciones en dicha plataforma. Estos criterios son comentados por los responsables de la plataforma en una entrevista². Los criterios de selección de las canciones que se suben a la plataforma son los siguientes:

Una de las cosas que no nos gustan es esa costumbre tan extendida, en la que todos hemos caído alguna vez, de zanjar cualquier conversación sobre música con frases como “es cuestión de gustos”. A cada uno de nosotros nos gustan los temas que vamos incorporando en diferente medida, y por eso no nos detenemos demasiado en el hecho de que una canción guste más o menos. Las mayores disquisiciones que tenemos tienen que ver con el contenido o la dimensión política de los temas. Nos interesan aquellos que le dan la vuelta al discurso hegemónico que tan cómodamente se ha instalado en la mayoría de las canciones, tanto de amor como de contenido social (Nacho Vegas).

La clave es decidir entre todos si una canción encaja o no en Robo. Los criterios son variados, pero solemos ser bastante flexibles: siempre que no haya un rechazo frontal por parte de ningún integrante de la plataforma, publicamos prácticamente todas las aportaciones que nos llegan (Roberto Herreros).

En ese sentido, los criterios de selección parecen bastante flexibles, dentro de la tónica general que destaca Nacho Vegas: la contradicción del discurso hegemónico. Esa idea es una parte sustantiva de lo que más tarde sería el espíritu fundador de partidos como Podemos. Errejón (2011) destaca la crítica al discurso hegemónico que permea las expresiones de protesta del 15M. Precisamente, este criterio empleado en la selección de las canciones aporta una significación especial a estas.

En la Tabla 1 se puede ver el listado de las 39 canciones de la Fundación robo. En este listado de canciones se aprecian una diversidad de estilos y lenguas. La protesta desborda un estilo para extenderse a diferentes formas de expresión musical. Vamos seguidamente a analizar los diferentes elementos en detalle.

² <http://www.rockdelux.com/secciones/p/fundacion-robo-la-revolucion-sera-musicada.html>.

Tabla 1. Canciones en la plataforma Fundación Robo (enero de 2015)

Título	Estilo	Idioma
Como hacer crac	Cantautor	Castellano
Sevillanas indignadas	Sevillanas	Castellano
Indignados	Ska	Castellano
15 M La revolución	Rap	Castellano
Ahora que estamos en pie	Cantautor	Castellano
La paloma de la paz	Cantautor	Castellano
Disonancia cognitiva	Cantautor	Castellano
Fin de fiesta	Indie-pop	Castellano
Clase obrera (dónde está, la, la, la)	Indie-pop	Castellano
Teófilo Garrido	Cantautor	Castellano
Fuego	Rap	Castellano
Ascensores a la planta trece	Cantautor	Castellano
Esta tierra es nuestra tierra	Cantautor	Castellano
Es un crimen	Country	Castellano
La revolución no será televisada	Indie-pop	Castellano
Campeones	Rap	Castellano
Qué bonito es el mundo piramidal	Cantautor	Castellano
Sukarra ehizatu	Rap	Vasco
Ciudad frontera	Rap	Castellano
Luego pedirás perdón	Cantautor	Castellano
Gallo rojo, gallo negro	Cantautor	Castellano
Las constelaciones	Indie-pop	Castellano
El milagro español	Cantautor	Castellano
100 ciclistas	Cantautor	Castellano
No vuelvo a hablar contigo	Cantautor	Castellano
Poder en la sombra	Electrónica	Castellano
Londres	Indie-Pop	Castellano
Allau d'estrelles solitaries	Cantautor	Catalán
Your Bodies (tu barco)	Cantautor	Inglés-Castellano
La sogá	Cantautor	Castellano
Desertorea	Cantautor	Vasco
la clase obrera	Electrónico	Castellano
Ojos que intentan	Cantautor	Castellano
Hay una lumbre en Asturias	Cantautor	Castellano
Ellos dicen mierda	Pop	Castellano
Oda	Pop	Catalán
Runrún	Cantautor	Castellano
El puño piensa	Cantautor	Castellano
Mètode	Indie-pop	Catalán
Juntos haremos la nueva banca	Electrónica	Castellano
1843	Pop	Catalán
Abajo el trabajo	Pop-	Castellano

Fuente: elaboración propia a partir de Fundación robo³.

³ <http://esunrobo.bandcamp.com>.

1. El bricolaje como método del sentido

Un primer elemento que importa destacar es que muchas de las canciones son reelaboraciones de canciones anteriores, creadas para situaciones de conflicto semejantes, en lugares y tiempos distintos. Los músicos recurren a lo que Levi-Strauss (1964) denominaba bricolaje cultural. Se utilizan trozos, retales y fragmentos (discursivos, musicales) para recomponer otra unidad (canción) que conserva y actualiza el mensaje. En este proceso, no importa tanto conservar la unidad como la coherencia del sentido. Se transmite el mensaje recurriendo a partes de otros mensajes para construir un sentido nuevo, actualizado o reinterpretado.

No existe ocultación de ese método. Al pie de la entrevista citada anteriormente varios músicos cuentan cómo construyeron su canción. El método del bricolaje cultural es evidente. En observación del entrevistador “Muchos de los temas elegidos son versiones/adaptaciones de canciones ajenas, o contienen préstamos”. Estos son algunos ejemplos, explicados por sus recreadores:

Daniel Granados (Tarántula): “Es un crimen” (original de Eskorbuto). “Es la canción destituyente por antonomasia. Su actualidad es brutal. Más ahora, que parece demostrado que el Presidente del Gobierno español es un criminal. Pues eso, que es un crimen”.

Carolina León: “No vuelvo a hablar contigo” (adaptación de “Never Talking To You Again”, de Hüsker Dü). “Soy muy fan de Hüsker Dü, y esa canción me gusta especialmente; se la propuse a la gente de Robo porque me gusta cantar y me apetecía horrores convertir una canción de desamor en una de desafección: sobre todas esas personas que no parecen sentirse afectadas por la realidad que los circunda y sobre qué estrategias continúan utilizando cuando no quieren escucharte. Que el robo y el recorte y la estafa nos pasa a todos”.

Mar Álvarez (Pauline en la Playa): “La revolución no será televisada” (adaptación de “The Revolution Will Not Be Televised”, de Gil Scott-Heron). “Este temazo es absolutamente icónico, pero el contenido es deudor de una época y un lugar lejanos para nosotros. Quise quedarme con el mensaje esencial, que es lo que ha mantenido esta canción tan viva durante tantos años, y, al mismo tiempo, adaptar la letra haciéndola más neutra, sin nombres ni referencias históricas como la original. Musicalmente es más pop, con piano y violines, instrumentos que utilizo habitualmente”.

Garbanzo (Diploide): “Fuego”. “La compusimos expresamente para Robo. Queríamos que sonara más oscura de lo que en nosotros es habitual y que fuera muy explícita en la letra, panfletaria. También quería introducir de alguna manera que no creo en el concepto de autoría; por eso cogí una frase que se repite mucho en las manifestaciones surgidas en torno al 15-M, otra de una canción de Eskorbuto y parte de otra de autoría popular, adaptada

por Camarón, para, a su vez, volverla a adaptar nosotros. Como si utilizáramos un sampler de letras. Esta es otra dimensión política de la música que me interesa enormemente: no puedo estar contra las patentes farmacéuticas, de software, científicas o de lo que sea y aceptar sin ningún reparo la propiedad intelectual”.

Maite Arroitauregi (Mursego): “Sukarra ehizatu” (adaptación de “Traquer la fièvre massacrer l’ennui”, de Expérience). “En esa temporada escuchaba mucho el ‘Notre silence’ (2011) de Michel Cloup (Duo), un disco tremendo. Eso me llevó a Expérience y a la carga política que tienen muchas de sus canciones, y esta refleja muy bien la situación extrema que estamos viviendo. Se lo propuse a Ibonrg, le pareció bien y empezamos a pensar en cómo podíamos abordarla”.

Nos encontramos ante el más puro estilo del bricolaje. En los temas se incorporan otras letras, pero también se recogen textos directamente desde la calle y las protestas. Así, Garbanzo afirma que “por eso cogí una frase que se repite mucho en las manifestaciones surgidas en torno al 15M, otra de una canción de Eskorbuto y parte de otra de autoría popular, adaptada por Camarón”.

La calle llega a las canciones ya sea directamente o a través de otras canciones. Puede afirmarse que los ciudadanos ocupan las calles, como también que ocupan con sus discursos y problemas las letras de las canciones. Las canciones empleadas para la protesta reflejan la calle, el malestar y los argumentos sociales y populares.

Como veremos, el discurso es directo y poco reflexivo. Las emociones son explícitas y definen el lenguaje principal de los temas. En este planteamiento, donde las canciones son espejo de la calle, la diversidad de estilos es la consecuencia más evidente. Vamos seguidamente a considerar la presencia de estilos musicales en las canciones empleadas para protestar.

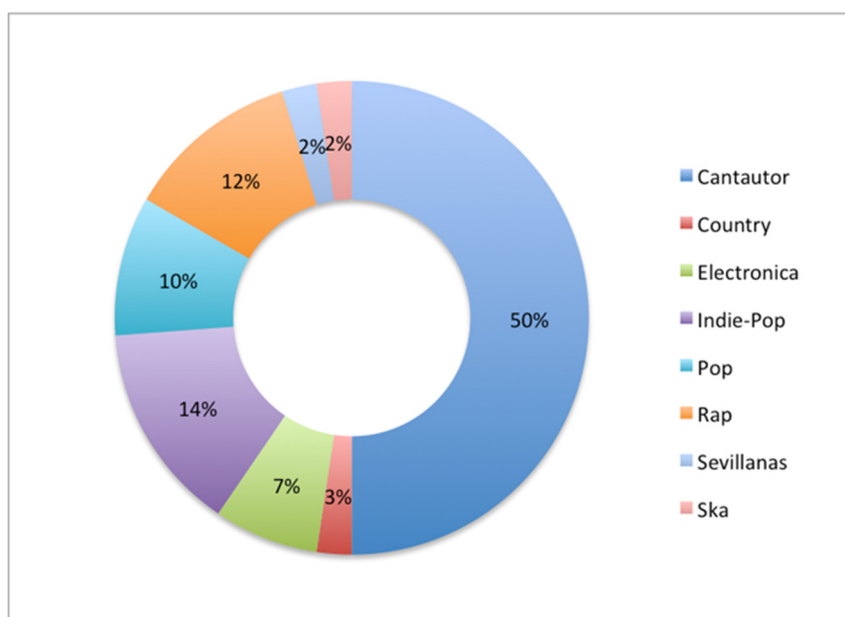
2. Formas discursivas: análisis de los estilos musicales

En lo que se refiere a los estilos más usados en las canciones protestas, encontramos gran diversidad. Aunque como más destacado aparece, con evidente lógica, el de cantautor, seguido del Indie-pop y el Rap. Esto puede ser debido a ser el estilo más recurrente históricamente para la canción protesta. En este caso el estilo es parte del mensaje.

Aun así, podemos ver cómo es común la utilización de más estilos, aunque en menor grado, para la realización de la canción protesta; si bien los contenidos de los mensajes siguen manteniéndose.

El Gráfico 1 representa la distribución de los estilos musicales en la canción protesta de los casos analizados. Al cantautor se suma las sevillanas e incluso la música electrónica. En el caso de canciones de música electrónica sin letra, es difícil apreciar por los rasgos musicales, su pertenencia a la corriente de protesta.

Gráfico 1. Los estilos musicales en la canción protesta



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, sea por el título o la intención del compositor, así lo han considerado. En este caso, las letras son para el análisis de las canciones un elemento diferenciador. Por eso, en un primer análisis, consideraremos si los estilos implican un efecto sobre las letras, aplicando como método de análisis las propuestas de van Dijk (1980). En otras palabras, si los estilos musicales permiten una mayor extensión o variedad discursiva en los músicos que las emplean para expresar la protesta. Debemos prestar atención tanto a lo que expresan como las vías musicales empleadas para expresarlo.

Como observamos en la Tabla 2, donde se encuentran la media de palabras por género, el Rap (473,6) debido a su estructura se encuentra en la posición con más palabras de media, seguido de las Sevillanas (306) y el Cantautor (214,71). Dejando a un nivel menor en el número de palabras el Indie-pop (112) y el Country (66). La música electrónica generada para la música protesta no contiene ningún tipo de letra

debido a que se ha intentado crear un tipo de música que genere sentimientos y emociones para la revolución.

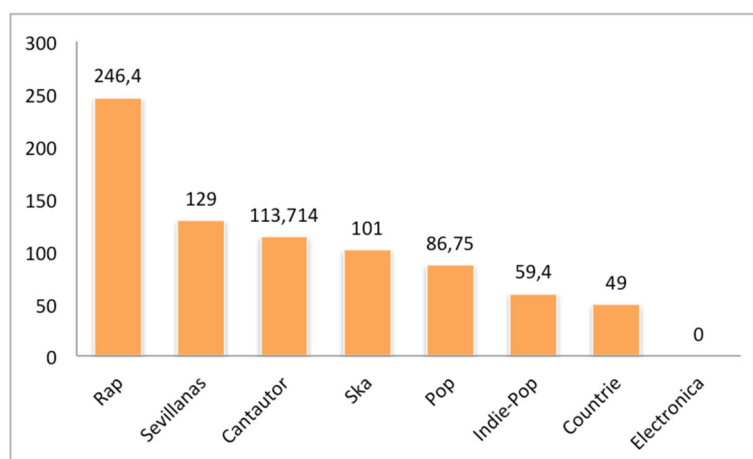
En primer lugar, vamos a analizar la densidad narrativa de las canciones que se utilizan. Para ello vamos a comparar la extensión y la variedad de términos que se utilizan según género. De esta manera, como podemos observar en la Tabla 2, se recogen la media de las palabras de las canciones de un mismo estilo, la media de palabras diferentes de las canciones de un mismo estilo y el TTR medio de las canciones del mismo estilo.

Tabla 2. Media del total de palabras, media de palabras diferentes y media de TTR según estilos musicales

	Total	Types	Rate
Rap	473,6	246,4	0,492
Sevillanas	306	129	0,42
Cantautor	214,714	113,714	0,52
Ska	194	101	0,518
Pop	142,5	86,75	0,64
Indie-Pop	112	59,4	0,532
Country	66	49	0,74
Electrónica	0	0	0

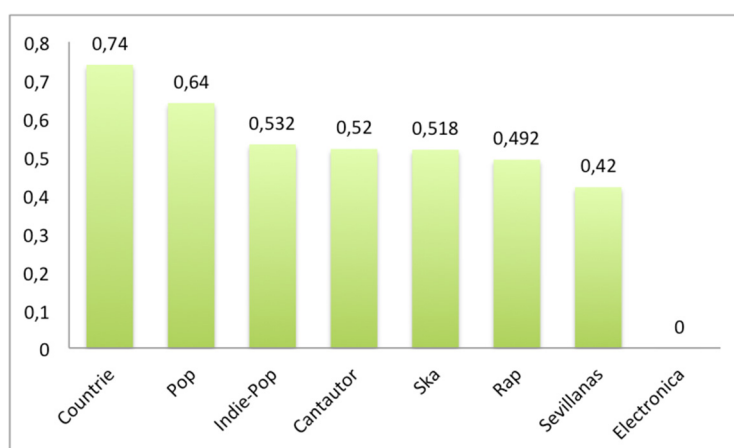
Fuente: elaboración propia.

Además del número de palabras que usan las canciones, se debe analizar si el uso de las palabras es repetitivo o tiene un carácter con mayor variedad discursiva (según la diversidad de palabras empleadas). De esta manera no solo sabremos qué estilo utiliza más palabras sino también podremos saber quiénes las emplean con una mayor diversidad discursiva (Gráfico 2). En primer análisis, en términos brutos sin controlar el número por total de palabras en cada canción, el primer lugar en el número medio de palabras diferentes es para el Rap con un (246,4), muy alejado del resto de géneros como las Sevillanas (129), Cantautor (113,71), Ska (101). Este grupo se distancia de un tercer grupo con una media aún menor de palabras diferentes, el cual se constituye por Pop (86,75), Indie-Pop (59,4) y el Country (49). Al igual que el número medio de palabras total, la música electrónica en este caso carece de letra.

Gráfico 2. Número total de palabras por género

Fuente: elaboración propia.

En lo que se refiere al empleo de palabra diferentes el Rap es el estilo que más emplea. Sin embargo, ponderando por el total de palabras, son otros estilos los que ofrecen mayor diversidad. Los ratios del Gráfico 3 expresan (en tanto por 1) lo que puede entenderse como el porcentaje de palabras diferentes dentro de cada letra en las canciones. Técnicamente es denominado TTR (*types/token ratio*). En este caso, se expresa el TTR medio para cada estilo musical. En este caso, es el estilo Country, con un TTR medio de 0,74 el que mayor variedad léxica contiene. Le sigue el Pop con un TTR medio de 0,64. El resto de los estilos tiene una diversidad muy parecida, en torno al 0,5. Como era de esperar por la estructura que la define, la sevillana es el estilo con menor variedad conceptual.

Gráfico 3. Coeficiente TTR según estilo musical

Fuente: elaboración propia.

En esta primera exploración, da la impresión de que existen diferencias significativas en la densidad (medida como variedad) conceptual según estilos musicales. En todo caso, queda pendiente como análisis futuro considerar los coeficientes anteriores comparados con canciones que no expresan protestas o denuncia social. Las diferencias entre estilos se complementarían con la diferencia en los contenidos comerciales o de protesta social en las letras de las canciones.

A continuación, y para finalizar, vamos a considerar los contenidos de los mensajes que cantan las canciones seleccionadas en el estudio.

3. Los sujetos y la expresión del conflicto

Lo primero que debe advertirse son las limitaciones que las letras tienen a efectos de la movilización social. Es evidente que expresan un malestar social, y en ese sentido expresan e indician lo que la sociedad piensa. Los músicos son parte de la sociedad y la permeabilidad es tremenda en las dos direcciones. En ese sentido, tomamos las letras como expresión de un clima de opinión y pensamiento. Como un discurso reflexivo de la sociedad sobre sí misma. Las letras de las canciones tienen unos límites evidentes para transformar la realidad. Su función, de llegar a ejecutarla, es la de movilizar y activar emociones ya existentes. Difícilmente crearlas. Los participantes de la Plataforma Robo son conscientes de las potencialidades y limitaciones de las letras. En ese sentido, considero relevante reproducir las opiniones de los músicos que gestionan la plataforma musical respecto a lo que para ellos significa las letras. Es evidente que finalmente dan una mayor relevancia a las formas de hacer música que a lo que la música cuenta.

(Marc Balfagón): En un primer momento, nuestro interés estaba más centrado en las letras de las canciones: qué universos retratan o por qué el pop y el rock tienden tanto a lo personal y tan poco a lo colectivo. Pero enseguida vimos que, aunque fuera un poco paradójico, la carga política de un grupo no se mide tanto por lo que dicen sus letras, sino por cómo construye su proyecto: su modelo de funcionamiento, cómo distribuye y licencia su música... Además, nos interesan un montón de estilos donde no hay letra, o donde esta no tiene una carga política explícita, como el techno o la cumbia, así como espacios de socialización de la música tales como las raves, los “sound systems” o los sonideros. Por otro lado, no concebimos unas letras críticas sin unas prácticas críticas.

(Roberto Herreros): A mí me resultan particularmente antipáticos los artistas “comprometidos” que editan sus canciones con un copyright restrictivo. Eso no tiene nada de político, por lo menos en un sentido de política antagonista.

Más bien es una persona soltando sus opiniones ante un público pasivo. Lo que la música hace es más importante que lo que la música dice. No es en las letras donde se refleja la dimensión política de un grupo, por lo que ningún músico pop se libra de una cierta acusación de ineficacia comunicativa. Somos muy conscientes de estos límites. Si al principio pusimos más el foco en las letras fue por señalar la espiral narcisista que todavía domina las canciones populares, pero tenemos claro que la música solo se acerca a la política cuando se acercan las prácticas colectivas que se articulan con ella o en ella.

La plataforma continúa con unas fórmulas de música militante en una lógica de lo que podríamos llamar “movilización musical”. Sin embargo, para nuestro análisis las letras son precisamente el aspecto relevante. Su producción en un contexto de libertad y cambio es muy relevante. Los contenidos de las letras y los mundos que reproducen también. La Revolución 15M se expresa en las canciones con una clara distinción entre “Ellos” y “Nosotros”, entendiéndose también como “Opresores” y “Oprimidos”. En lo que se refiere al significado de las canciones protesta he decidido hacer un análisis entre los Opresores (Tabla 3) y los Oprimidos (Tabla 4). El análisis dedicado a los Oprimidos se realiza a partir de las preguntas ¿Quiénes somos?, haciendo referencia a “cómo se nos nombra” y a “cómo nos nombramos”. Podemos destacar frases como “soy de la generación “nini” donde se manifiesta que pertenecemos a la generación de “ni trabajo” y “ni derechos”. La definición del ser social se enfoca desde la perspectiva de la definición negativa: somos lo que no tenemos. Somos lo que no somos. Por otro lado, ¿Qué queremos?, donde se observan frases para destacar como “Democracia real ya!”. Frase que además guarda un gran significado ya que es el nombre de la plataforma principal del movimiento 15M. Y por último ¿Cómo lo vamos a conseguir?, en esta parte del análisis podemos destacar frases de cómo “Luchemos” o “Sí estás en contra, reza, sí quieres cambio, empieza”.

Tabla 3. Oprimidos

¿Quiénes somos?	¿Qué queremos?	¿Cómo lo vamos a conseguir?
Gente pro sistema	Un mundo nuevo, que garantice a los hombres trabajo y dé a la juventud un futuro y a la vejez seguridad!	Luchemos
Pueblo		Es el fin de la obediencia
Millones sin hogar	Para hacer nosotros realidad lo prometido!	Haciendo logaritmos llego a fin de mes.
Soy de la generación "nini"		La sanidad me habla de "Gripe A", pero no de estrés
Emblema pacifista		Si el pueblo actúa nada puede pararle los pies

<p>Mi nación</p> <p>Nosotros Hippies</p> <p>Los espíritus grandes</p>	<p>nacionales, para eliminar la ambición, el odio, y la intolerancia</p> <p>Ni izquierda ni derecha, sólo bienestar social</p> <p>Democracia real ya!</p> <p>No es una tendencia, es un cambio</p> <p>Vivimos con la ayuda familiar, no queremos limosnas, ¡queremos trabajar</p> <p>Un cambio</p>	<p>Vamos a protestar, tráete una tienda de campaña</p> <p>Hay cosas que exigir</p> <p>No te rindas, no te hundas,</p> <p>Tú no agaches la cabeza</p> <p>Lucharemos en el micro o en el barrio, ¡cuánto sea necesario pa que nos tomen enserio!</p> <p>Tengo una botella de cerveza llena de gasolina con un pañuelo, la cojo con fuerza, y la prendo fuego.</p> <p>Pillarse la escopeta, a ver si acabáis con todos</p> <p>Hay cosas que exigir</p> <p>Lucharemos en el micro o en el barrio</p> <p>Gritando</p> <p>Protesto con la música</p> <p>Cargo mi arma y disparo</p> <p>No pueden apagar mi voz,</p> <p>Y tampoco mi decisión</p> <p>Si estás en contra, reza, si quieres cambio, empieza</p>
---	--	--

Fuente: elaboración propia a partir de la canción 15M La Revolución⁴.

Tabla 4. Opresores

¿Quiénes son?	¿Qué nos hacen?	¿Cómo lo han conseguido?
<p>Dictadores</p> <p>El odio policial</p> <p>Izquierda y derecha vuestra dictadura</p> <p>Políticos mafiosos y banqueros</p> <p>La banca, una mafia legal, la política, un cáncer maligno</p> <p>Su gobierno de mierda</p> <p>Políticos, ministros, presidentes, sinvergüenzas...</p> <p>Maricón de feria</p>	<p>Esclavizan al pueblo</p> <p>Censuran, quieren callar al pueblo</p> <p>Ni techo, ni futuro, ni pensión, ni sueldo digno, ni leyes justas ni democracia real</p> <p>Esto no es una tendencia, es un cambio, no es una democracia si un poli te rompe el labio.</p>	<p>No han cumplido sus promesas ni nunca las cumplirán</p> <p>Exclusión</p> <p>La prensa manipula, lo cuenta todo al revés</p> <p>Su mentira ha llegado hasta aquí</p> <p>Corrupción y el desprecio</p> <p>1800 euros al mes por una</p>

⁴ Canción de rap interpretada por Lom C, Zpu, Madnass, Tereifer, Demonio, ElSucio, JML, Bezea, Karvoh, Muro, Biggem, Fixer, Pozo e Hijo Prodigio.

<p>Granujas de alto voltaje</p> <p>Coches oficiales, concejales, congresistas, diputados, funcionarios, alcaldes, ¡chupasangres!</p> <p>Milicia del Gobierno</p> <p>Policía</p> <p>Los verdugos</p> <p>Bancos</p> <p>Entidades banqueras...</p> <p>Sheriffs del condado</p> <p>Expertos del fracaso son</p>		<p>dieta, ¡he visto malabares con 500 y con hipoteca!</p> <p>Deudas que nos superan</p>
---	--	---

Fuente: elaboración propia a partir de la canción 15M La Revolución.

En la identificación del “nosotros” destacan las autoimágenes positivas como pacifistas, espíritus positivos, prosistema o hippies. También aparecen las definiciones negativas, como son los ni trabajo ni estudio o sin hogar. El actor colectivo es pueblo o nación. Los oprimidos son la mayoría frente a una minoría que impone. Predominan los rasgos positivos, colectivos y la definición negativa (de trabajo, estudio u hogar). En el qué queremos aparece un gran campo semántico. Los que aspiran a recobrar una clase media perdida (bienestar social, trabajo) y que el Estado cumpla sus promesas. El cambio, en estos términos, expresa una recuperación de la dignidad perdida.

El cómo hacer el cambio es la lucha, resistir, protestar, no desanimar. La violencia aparece como elementos (gritar, disparar) pero también en las expresiones utilizadas. Son sobre todo expresiones coloquiales, que incluso recurren al humor como elemento retórico. Como advertía Sierra en su análisis del humor en el 15M “Se observa, de nuevo, el uso del lenguaje coloquial –‘currillos’ por ‘empleos’, ‘pa’ por ‘para’ y ‘manteca’ por dinero– con una clara intención humorística, pese a la dureza del tema tratado” (Sierra, 2012: 624). Las canciones, como parte de dicha protesta reproducen las formas coloquiales, empleando los insultos en el lado de los opresores, como podremos apreciar. “Ellos” son los opresores. Y son malos. Se les definen mediante insultos (granujas, mafias, sinvergüenzas, verdugos, cáncer) o por su rol institucional (policía, gobierno, banca, etc.). En general, a la carga negativa se suma el contexto, donde se define el sistema como aberración democrática. Así, dictadura o banqueros mafiosos hablan de un sistema enfermo. El problema no se define sobre los actores sociales,

económicos o políticos. “Ellos” son una versión aberrante y distorsionada de lo que deberían de ser. Esto se expresa en lo que hacen, esclavizando y oprimiendo al pueblo. Pero sobre todo en cómo lo han hecho. Mediante la manipulación de la prensa, la corrupción, la mentira, endeudando a las personas.

En términos descriptivos, existe mucho más texto de “Ellos” opresores y de lo que “nosotros” los oprimidos vamos a hacer para rebelarnos. El sujeto “nosotros” de hecho, muestra una identidad escindida entre los que se definen negativamente (por lo que carecen) y los que se definen positivamente, por lo que son o aspiran a ser. La dinámica queda expuesta con una claridad importante. Tanto en los *cleavages* u oposiciones entre actores, como en la violencia ejercida por los opresores (institucionales y actores de orden) y la respuesta de lucha que se merecen. La violencia es el diagnóstico que las letras ofrecen al conflicto, descalificando en forma generalizada (políticos, policía, jueces) a los actores institucionales y reivindicando los derechos por los medios disponibles.

Conclusiones

En conjunto, hemos podido observar como las canciones que expresan protestas responden a conflictos y tensiones sociales inmediatas. La posición que se adopta en las letras es en defensa de los oprimidos, de los movimientos sociales y la defensa de los derechos. Las canciones adoptan múltiples expresiones musicales. Ya no existe un estilo musical privilegiado para expresar las protestas. Se emplean tanto sevillanas como rap, country, pop, etc. Las letras generan imágenes estereotipadas de los actores en el conflicto. “Ellos”, los opresores son malos. “Nosotros” los oprimidos somos buenos. Ellos son de identidad aberrante y social o económicamente desnaturalizada, al no actuar como deberían en su papel. Cáncer o corrupción hablan de disfunción, de algo enfermo. Actúan como dictadores dentro de una democracia formal. “Nosotros” somos mayoría (pueblo, nación) y sufrimos injustamente los errores y maldades de los opresores.

La solución, en este discurso, es la violencia. La lucha, rebelión, resistencia, ya sea expresada con violencia física, verbal o con el humor. Pero el conflicto se plantea en términos de vencer derrotando a “ellos”. Se presta más atención a la definición de “ellos” así como a la descripción de las maldades y aberraciones cometidas. Las canciones expresan protestas ya preexistentes. En varios sentidos. Incorporan a sus

letras frases empleadas en las movilizaciones sociales, pero también reutilizan y adaptan canciones anteriores, creadas en países diferentes para conflictos diferentes y en tiempos muy diferentes. En ese sentido, la canción que se emplea para vehicular la protesta social recurre al “bricolaje” tanto en la música, como en el estilo como en las letras. En conjunto, forman un significado cuyo sentido se reconstruye desde diferentes elementos, como “Frankenstein”, focalizando en la función “protesta” más que en la creación original. En ese sentido, se confirma que las canciones son una forma particular de expresar protesta y reivindicación en los conflictos sociales. Equivale a grandes rasgos a la pancarta, el grafiti o el eslogan. De hecho, integra dichos elementos en su constitución como mensaje. Todas ellas, en un conflicto particular, como el surgido con las movilizaciones del 15M, constituyen un discurso de la rebelión. Forma parte de los elementos reflexivos de la sociedad, donde ella observa en las canciones el reflejo de ella misma y su forma de pensar. Es, sin embargo, como dijimos un discurso simplificado, estereotipado y centrado en el conflicto. Las apelaciones son sobre todo a las emociones y reflejan una narrativa construida a imagen y semejanza de los discursos de la protesta y la movilización social.

Bibliografía

- Alaminos Fernández, A. F. (2014). La música como lenguaje de las emociones. Un análisis empírico de su capacidad performativa. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 9(1), 15-42.
- Arévalo Salinas, A. I. (2014). El movimiento social 15-M de España y la promoción de la protesta a través de sus vídeos en Youtube. *Historia y comunicación social*, 19, 153-165.
- Denisoff, S. R. (1966). Songs of Persuasion: A Sociological Analysis of Urban Propaganda Songs. *The Journal of American Folklore*, 79 (314), 581-589.
- Errejón Galván, I. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2, 120-145.
- Lévi-Strauss, C. (1964). *El pensamiento salvaje*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sierra Infante, S. (2012). Humor y crítica social en la red en el entorno del 15M. *Discurso & Sociedad*, 6(3), 611-635.
- Van Dijk, T. (1980). *Las estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo XXI.

Biografía

Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Alicante y Graduado en Estudios Circumpolares por la Universidad de Nordland (Noruega). Grado medio en Violín por el Conservatorio José Tomás de Alicante. Actualmente cursa el Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Es secretario de la Revista de Ciencias Sociales OBETS. Ha participado como responsable de la comunicación “Diseño, fotografía y grabación de eventos” en el proyecto europeo: *All Citizens Now: Intra-EU Mobility and Political* (MOVEACT). Septiembre 2013-Marzo

2014. Ha efectuado labores de trabajo de campo (entrevistas semiestructuradas y encuestas), de grabación y preparación de datos, así como de análisis estadístico y de contenido desde 2009 al 2014, para el grupo de investigación OBETS, del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Correo electrónico: alam.alaminos@gmail.com.

Comunicar el descontento a través de marionetas populares. De la barraca de feria al transmedia

Communicating discontent through popular puppets: from carnival to transmedia

Comba Campoy García, REAL_CODE, Universidade de Santiago de Compostela

Resumen

La siguiente comunicación pretende establecer un vínculo entre las nociones de resistencia simbólica de las subalternas (Scott, 1990; Gramsci, 1999) y las fórmulas de activismo cultural contemporáneas, a través del caso de los títeres populares de cachiporra y su reactivación transmedia. Se tomará como ejemplo el caso de Barriga Verde, personaje popular de títeres en Galicia que está siendo recuperado mediante una iniciativa ciudadana.

Las culturas populares, expresión de los universos simbólicos de los dominados, desarrollaron históricamente tácticas para infiltrar contenidos subversivos en los mensajes que se comunicaban públicamente. De esta manera, expresiones de la cultura popular como el teatro de marionetas, las canciones o los refranes, aparentemente inofensivos, contribuyeron a transmitir un discurso alternativo al dominante que creó la conciencia de otra realidad posible.

Este tipo de fórmulas de resistencia simbólica se dieron históricamente en contextos de fuerte represión, donde la oposición abierta al poder era inviable. El anonimato de los emisores era indispensable para garantizar el éxito del proceso comunicativo. En el contexto actual, donde la libertad de expresión es constantemente atacada por disposiciones legales que pretenden limitar la propagación de los mensajes críticos a través de las redes, el anonimato se redescubre como táctica de las subalternas.

La comunicación se integra en una investigación más amplia sobre el papel desempeñado por el teatro de títeres de Barriga Verde como medio de comunicación de las comunidades en la Galicia de la Posguerra (1939-1950). Se apoya en el análisis de fuentes hemerográficas y en la recogida de relatos de vida, tanto de personas que participaron en el espectáculo como de las que formaron parte de su público.

Por otra parte, se analizará el proceso de activación patrimonial emprendido por la Asociación Cultural Morreu o Demo, que trabaja para la recuperación del personaje de Barriga Verde como símbolo antiautoritario e irreverente.

Palabras clave

Subalternidad; resistencia simbólica; cultura popular; títeres; ciberactivismo.

Abstract

Taking the case of a popular Galician puppet, the study intended to establish a link between the notions of symbolic resistance of the subaltern (Scott, 1990; Gramsci, 1999) and contemporary cultural activism. The subaltern historically used popular culture, as the expression of their symbolic universe, to infiltrate anti-authoritarian ideas in public discourse. Thus, seemingly harmless expressions of popular culture, as puppet theater, songs or sayings, contributed to convey an alternative discourse to the dominant one, by creating the consciousness of another possible reality. Such symbolic resistance tactics occurred historically in strong repression contexts where open opposition to power was unfeasible. The anonymity of sources was essential for the success of the communication process. In present days, many governments are trying to limit freedom of expression on the Internet and anonymity is rediscovered as a tactic of

the subaltern. This paper is part of a wider research about the role played by Barriga Verde's puppet theater as a means of community communication in Galicia during Spanish Postwar (1939-1950). It relies on the analysis of newspaper sources and life stories of both members of the show troupe and of its audience. Finally, the process of patrimonial activation undertaken by the Cultural Association is analyzed. This organization uses ICTs to recover Barriga Verde as an anti-authoritarian and irreverent symbol.

Keywords

Subaltern; symbolic resistance; popular culture; puppets; cyberactivism.

Introducción

La resistencia de los grupos subalternos frente al poder se ha valido históricamente de expresiones creativas para comunicarse. A partir del análisis de un espectáculo de teatro popular de marionetas que se representó en Galicia durante los años de la Postguerra (1939-1950) y su proceso de actualización por parte de un colectivo ciudadano, se valorará hasta qué punto las tácticas de resistencia simbólica del pasado no están vigentes en el presente, si bien adaptadas al contexto actual y valiéndose de las herramientas que las nuevas tecnologías ponen a disposición.

1. Marco teórico

La investigación se apoya en una serie de presupuestos teóricos que parten de las reflexiones de Antonio Gramsci (1999) y su reformulación del sujeto histórico revolucionario (Roio, 2014). La noción de grupos subalternos, que el autor sardo incorpora para aludir a la necesaria alianza entre campesinado, proletariado y cualquier otro grupo bajo la hegemonía burguesa, ha sido recuperada por distintas escuelas de pensamiento crítico desde la década de 1970, desde Raymond Williams (2000) y los autores de la Escuela de Birmingham, hasta el grupo hindú de los *Subaltern Studies* del que cabe destacar a Gayatri Spivak (2009). El carácter fragmentado y asistemático caracterizaría este sujeto histórico que tiende a definirse en su negatividad, como el *otro* interiorizado. En sus *Quaderni del carcere*, reivindica Gramsci el potencial de la cultura popular como “concepción del mundo y de la vida” no elaborada ni sistemática “del conjunto de las clases subalternas de instrumentales de toda forma de sociedad que hasta ahora ha existido” (Gramsci, 1985: 203). Esta incluye una moral popular con elementos innovadores, creativos y progresistas, determinados espontáneamente por formas y condiciones de vida en proceso de desarrollo, en contradicción con la moral de las clases dirigentes. El folklore incorporaría, así, el germen de aquella alianza de las

clases subalternas necesaria para posibilitar su lucha unitaria por la hegemonía.

Asumiendo esa concepción de las culturas populares como expresión de los universos simbólicos de los subalternos y de la moral popular como generadora de discursos alternativos, distintos autores han estudiado cómo estos grupos desarrollaron históricamente *tácticas* para infiltrar contenidos subversivos en los mensajes que se comunicaban públicamente. Michel de Certeau (1990) define, por un lado, las *estrategias* totalizadoras que el poder despliega en lugares de los que es propietario, lo que le permite establecer fronteras de inclusión. Por otro lado, las subalternas deben valerse de *tácticas*, desplegadas en los lugares del poder que son apropiados de forma provisional aprovechando determinados momentos propicios. Frente a las estrategias, las tácticas no pueden dotarse de un proyecto global. Deben aprovechar las ocasiones, sin posibilidad de almacenar los beneficios de las potenciales victorias (Certeau, 1990). John Scott (1990) analizó en detalle la forma en que expresiones de la cultura popular aparentemente inofensivas contribuyeron a transmitir un discurso alternativo al dominante en determinados contextos históricos, principalmente aquéllos en que la represión de la disidencia era más aguda. Ese discurso alternativo de los subalternos debía permanecer oculto o indescifrable para los miembros de la cultura dominante, por lo que se desarrollaron distintas tácticas para vehicularlo de forma que sus transmisores no viesan peligrar su integridad física. Scott denomina *hidden transcript* (discurso oculto) a esta concepción del mundo o moral popular que debe permanecer invisible al poder en el discurso público (*public transcript*) de los subalternos.

Asimismo, elementos del imaginario popular de las sociedades pre-modernas, que perviven en las formas y argumentos del teatro tradicional de títeres (imágenes de inversión como las analizadas por Bakhtin (2003), que denominó “realismo grotesco” a este universo simbólico alternativo), se revelan eficaces para comunicar el descontento y representar maneras de ver el mundo distintas a las oficiales. Algunas críticas minimizan el carácter subversivo de estas expresiones simbólicas, alegando que constituirían una simple válvula de escape que garantizaría el retorno pacífico al *status quo* una vez terminado ese momento de liberación festiva. Sin embargo, según Scott el mero hecho de mostrar un mundo “al revés” (opuesto al duro día a día) contribuye a generar un espacio imaginario en el que las categorías jerárquicas habituales no son inevitables e indiscutibles (Scott, 1990). Estas expresiones, pese a no conducir a una acción de protesta directa ni estable, contrarrestaban a través del imaginario las muestras de consentimiento. La memoria, los universos simbólicos compartidos,

devienen de este modo “método de resistencia simbólica” (Cabana, 2013: 254).

Es evidente que estas fórmulas de resistencia simbólica o “infrapolíticas” (en términos de Scott, 1990), se dieron históricamente en contextos de fuerte represión, donde la oposición abierta era inviable. El anonimato de los emisores y la ambigüedad de los mensajes eran indispensables para garantizar el éxito del proceso comunicativo. Cabe plantearse hasta qué punto estas tácticas tendrían sentido en el mundo contemporáneo.

Si bien la subalternidad parece perfectamente aplicable al contexto actual, no está tan claro que las tácticas a través de las que los subalternos pueden expresar su descontento –aceptando, frente a Spivak (2009), que sí pueden hacer oír su voz– puedan ser las mismas que las desplegadas en contextos pre-modernos. Sin embargo, un repaso a las principales herramientas de los grupos que aspiran a subvertir el orden de las cosas permite establecer una serie de analogías.

La denominada Sociedad Red (Castells, 1998) en la que las tecnologías de la información y la comunicación permiten una interacción horizontal entre individuos de todo el mundo, ha generado nuevas formas de cultura que, si bien producidas en un contexto distinto, comparten algunas características con las tácticas desplegadas históricamente por los grupos subalternos. Movimientos como el ciberactivismo se basan en la renuncia a organizar, surgiendo por “autoañadido espontáneo y no planificado de individuos formando parte de una red distribuída” (Ugarte, 2010: 60). Una red que funcionaría “según un modelo de tipo rizomático, es decir que se van desarrollando en diferentes lugares del globo nodos de iguales características: no jerárquicos, descentralizados y autónomos” (Berardi, 2000). También las formas de artivismo, en su premeditado alejamiento de cualquier encuadramiento organizativo ideológico y su “festivalización generalizada de la protesta” (Delgado, 2013: 69), recogerían parte del legado de siglos de tácticas de resistencia simbólica no organizada ni registrada.

Junto con el carácter espontáneo y efímero de la protesta contemporánea, otro elemento común con las formas de infrapolítica es el anonimato. Internet ha permitido generar flujos de información horizontal y distribuída, facilitando la propagación de mensajes críticos y desencadenando acciones descentralizadas. Muchos ciberactivistas optan por mantener oculta su identidad para esquivar el control de los gobiernos (en muchos casos, pretendidamente democráticos), que tratan de controlar el flujo de mensajes a través de sistemas de espionaje digital. Tal y como reveló recientemente el

caso de Edward Snowden, el centro del mundo rico ha establecido un verdadero estado de vigilancia¹, en el que la lucha por el anonimato se redescubre como táctica de las subalternas que tratan de desestabilizarlo. Anonymous, el “movimiento social difuso” surgido con el nuevo siglo, se sirve también del anonimato como táctica para esquivar represalias. La red está llena de recomendaciones² para ocultar la identidad de los activistas ante autoridades y grandes corporaciones.

Estas formas de activismo coinciden en propugnar una cibercultura libre, “accesible para todos y participada por todos, libre como comunal universal, para ser utilizado e incluso rechazado” (Alonso y Arzoz, 2005: 113). En esta nueva cultura, la autoría pierde importancia frente a los contenidos producidos colectivamente, de forma análoga a los procesos creativos de la cultura popular tradicional, en donde las personas especializadas en la creación y transmisión de canciones, poemas o piezas teatrales trabajaban a partir de repertorios conocidos a los que incorporaban algunas modificaciones. Muy pocos nombres de artistas populares pasaron a la historia, pues este detalle no era relevante. “*The performer is aware of his debt to tradition, hence, perhaps, the impersonality of traditional songs and stories, the lack of reference to ‘me’, the narrator himself*” (Burke, 1979: 115). Además, su anonimato les permitía introducir elementos del discurso oculto de las subalternas en las distintas interpretaciones. Constituía, por tanto, una táctica defensiva de gran importancia, que aseguraba la integridad física del transmisor. Por otra parte, solían mantener en secreto sus técnicas de trabajo (el titiritero nunca mostraba al público lo que sucedía detrás del teatrillo, ni revelaba sus trucos). De esta manera, estos miembros de subculturas itinerantes se protegían a base de no dejar huella (Rao, 1985; Bernardot, 2011).

Hoy, si bien los autores de contenidos subversivos en la red también tratan de ocultarse en el anonimato, las técnicas se comparten libremente para facilitar su propagación. Lo importante es poner las ideas a disposición de cuanta más gente mejor. No es una cuestión de supervivencia económica (como ocurría en el caso de los artistas populares, tal y como describe Rao, 1985), sino de mantener viva la protesta.

2. Objetivos y método

Esta comunicación se integra en una investigación más amplia sobre el papel

¹ Entrevista para *The Guardian* el 10 de junio de 2013: <http://www.theguardian.com/world/2013/jun/09/nsa-whistleblower-edward-snowden-why>.

² <https://cottonio.no-ip.org/hacklab/documentos.html>.

desempeñado por el teatro de títeres de Barriga Verde como medio de comunicación de las comunidades en la Galicia de la Posguerra (1939-1950) y el actual proceso de reactivación del espectáculo por parte de un colectivo ciudadano. El objetivo es determinar, por una parte, qué tácticas utilizó la familia de marionetistas durante los años más duros del Franquismo para introducir en su repertorio contenidos contrarios a los principios del Régimen y cómo fueron interpretados estos mensajes por sus espectadores. Por la otra, se pretende valorar la pertinencia de recuperar aquéllos contenidos en el contexto presente, y cómo debe operar tal reactivación.

El análisis del espectáculo original se apoya en fuentes hemerográficas y en la recogida de relatos de vida de las personas que participaron en el espectáculo y de las que formaron parte de su público.

Por otra parte, el proceso de activación patrimonial emprendido por la Asociación Cultural Morreu o Demo³ para la recuperación del títere tradicional gallego es objeto de observación participante por parte de la investigadora, integrante de su grupo promotor.

3. Barriga Verde: un títere insumiso

3.1 Historia y contexto del espectáculo

A pesar de la ausencia de registros escritos, las informaciones aportadas por los descendientes de los titiriteros permiten reconstruir la historia del espectáculo analizado. En la década de 1910 aparece en Galicia un tipo de espectáculo de marionetas de guante que incluye ciertas variaciones respecto del que tradicionalmente habían representado los ciegos en las ferias y romerías. La principal innovación que presentan es el dispositivo escénico, pues se pasa de la capa del ciego tras la que se oculta el lazarillo que manipula los muñecos, a un teatrillo de tela que se monta inicialmente entre dos palos o dos esquinas y, posteriormente en el interior de una barraca de feria, dentro de un programa de *varietés*. Este espectáculo lo presentan tres hermanos de padre francés, formados en las técnicas del circo y, quizás por vía materna, conocedores de las técnicas de manipulación de los títeres tradicionales de cachiporra, conocidos en España como cristobitas (en Galicia, como *crístovos*). Tanto el personaje de Don Cristóbal como su equivalente portugués, Dom Roberto, forman parte de una estirpe europea que se origina en el siglo XVI, cuando se cree que nace en Nápoles el personaje de Pulcinella. Su popularidad fue tal que se propagó por toda Europa, dando origen a distintos

³ www.barrigaverde.eu.

personajes de carácter semejante pero particularidades lingüísticas y físicas propias del país de adopción. Todos los miembros de esta familia comparten la irreverencia y una actitud burlesca respecto de la autoridad, a cuyos ataques responden a base de estacazos y siempre vencen. Este antihéroe popular (vago, pependenciero, soez) respondería a los rasgos que Scott atribuye al *trickster*, un personaje que encarna los deseos ocultos del pueblo por responder a las afrontas del poder (Scott, 1990: 164).

Barriga Verde aparece en Galicia a principios del siglo XX y recoge los rasgos de personalidad de los héroes cómicos de la tradición de Pulcinella. En muchas ocasiones, los propios hijos del titiritero se refieren al personaje como Cristóbal, lo que lleva a imaginar que se trataría, en realidad, de una actualización del personaje de la tradición, en una operación propia de la creatividad popular (Burke, 1979: 115). Sea como fuere, rápidamente el nuevo personaje suplanta a su predecesor, y la llegada de Barriga Verde es ansiada en ferias de toda Galicia. Las pocas referencias en prensa al espectáculo datan de 1925 y hacen mención del carácter protagónico que el espectáculo había adquirido en numerosas fiestas.

Los tres hermanos Silvent, responsables de la transmisión del espectáculo, se separaron en algún momento y establecieron zonas de actuación a lo largo del territorio gallego. La peripecia vital de cada uno de ellos es similar: los tres fundan una familia que progresivamente se va incorporando al espectáculo de varietés. Todos establecen una residencia semi-estable en una localidad gallega, aunque pasan la mayor parte del año itinerando de pueblo en pueblo, durmiendo en caravanas o en casas vacías durante el invierno, cuando llevan cine y títeres por las aldeas.

Después de la interrupción forzada por la Guerra Civil el espectáculo vuelve a las ferias, y continuará manteniendo su presencia hasta que en 1964 se monta por última vez la barraca de José Silvent. Las de sus hermanos Santiago y Julia ya habían dejado de actuar ante la dificultad de competir con las nuevas atracciones mecánicas que comenzaban a inundar las ferias. La mayoría de sus hijos, ya casados, había optado por montar otro tipo de atracciones, como tómbolas o coches mecánicos, aunque se mantenían en el sector de las ferias. La peripecia de Barriga Verde, el último títere popular gallego, terminaba sin que nadie se preocupase por garantizar su continuidad.

3.2 El repertorio y su recepción

Dado que los testimonios recogidos provienen de personas de distintas localidades, cabe pensar que su experiencia del espectáculo se corresponde con la del de

alguno de los tres hermanos. En cualquier caso, las descripciones proporcionadas, tanto por los descendientes de los titiriteros como por sus espectadores, permiten establecer un repertorio básico común a las tres barracas.

Como ocurre en la tradición europea de títeres de cachiporra, los argumentos son muy sencillos y se apoyan en la improvisación surgida en cada representación, por lo que cada espectador tiene una experiencia única del espectáculo. Las características técnicas del teatro de títeres de guante determinan el esquema básico de este repertorio: al ser un único manipulador el que, tradicionalmente, daba vida a todos los personajes, en escena sólo aparecen simultáneamente dos; siendo uno de ellos siempre el héroe cómico. De tal modo que el espectáculo se basa en los distintos encuentros que se van produciendo entre el protagonista y los diferentes antagonistas, quienes simbolizan distintos estamentos de la autoridad o los miedos que atenazan al espectador popular. En el caso de Barriga Verde, el esquema coincide, en muchos aspectos, con los repertorios castellano-andaluz y portugués de teatro de cachiporra. Barriga Verde se topa con un indiano que alardea de sus riquezas, un cura avaricioso, un municipal que quiere cobrar a los feriantes, o la Muerte y el Demonio que lo quieren llevar al infierno, destino del que consigue escabullirse. Con todos ellos se enfrenta a garrotazos y a todos ellos mata, para júbilo de los presentes. De hecho, son los golpes el elemento más recordado por los espectadores entrevistados.

Si bien el público que asistía a las funciones de la barraca era diverso e interclasista, la mayoría de los espectadores adultos eran de extracción popular. Las clases acomodadas acudían sólo para acompañar a los niños cuando éstos eran demasiado pequeños. El precio de la entrada, que fue variando del real a las dos pesetas, suponía una barrera para los espectadores más humildes. En las funciones que realizaban en invierno en los salones de las aldeas, sin embargo, la entrada era substituida por alimentos, lo que permitía a los campesinos acceder al espectáculo.

La mayoría de los testimonios recogidos son de personas de origen humilde que asistieron al espectáculo una o dos veces en su vida. En general, al tratarse de personas nacidas entre el año 1930 y el 1950, asistieron a las representaciones cuando eran muy pequeños y su recuerdo es fugaz. La mayoría destacan los palos que recibían el cura y el Demonio y algunas frases que se repetían en momentos clave del espectáculo. En lo que respecta a los familiares de los titiriteros, su descripción es más detallada e incluye pequeñas variaciones en el repertorio de los tres hermanos. Las entrevistas fueron realizadas siguiendo la técnica biográfica, por lo que la descripción del espectáculo se

integró en la peripecia vital de cada informante. La investigadora sólo intervino para centrar el relato en momentos de dispersión o para pedir al interlocutor que aportase más detalles sobre algún aspecto. Nunca se les pidió explícitamente que valorasen la intencionalidad crítica o contraria al régimen del espectáculo. De este modo, se trató que fuese el propio discurso de los informantes el que revelase este aspecto (Pujadas, 2002; Cameron, 2012).

Algunos espectadores aluden explícitamente al elemento “liberador” que introducía Barriga Verde en sus vidas. Los miembros de la familia Silvent, por el contrario, insisten en recalcar el carácter “moral” y “correcto” del espectáculo de su padre, a veces contraponiéndolo al de sus parientes. Estos esfuerzos llevan a pensar que existe un interés por ocultar lo que se considera puede dañar la memoria de su progenitor, desde la óptica de quien se crió en el acatamiento forzoso de los valores del franquismo e interiorizó el miedo a la represión.

Del análisis de los relatos recogidos se desprende que los hermanos Silvent se sirvieron de las tácticas propias de la resistencia simbólica para introducir en su repertorio elementos contrarios a los principios impuestos por el régimen franquista. La primera de estas tácticas era el anonimato. La mayoría de los informantes desconocía la identidad de la persona que se ocultaba tras el teatrillo y si alcanzaban a verlo, lo conocían como Barriga Verde, es decir, con el nombre del personaje al que daba vida.

El carácter efímero de cada representación, de la que no existe ninguna versión escrita, favorecía también la impunidad de su transmisor. En cada representación se improvisaban distintos diálogos, lo que permitía incorporar referencias a la actualidad y adaptar el componente abiertamente crítico de las bromas al auditorio presente. Ninguno de los hermanos Silvent sabía leer ni escribir, pero además el hecho de no dejar rastro alguno de su trabajo les garantizaba mayor impunidad.

Por último, la ambigüedad permitía disimular los elementos del discurso oculto presentes en el espectáculo. Desde el propio reclamo de la barraca, que rezaba “Espectáculo culto y moral”, probablemente para tratar de evitar reticencias de las autoridades; hasta la inclusión de acciones aparentemente conniventes con los valores del nacional catolicismo. Por ejemplo, cuando Barriga Verde se enfrenta al Demonio se persigna y reza un padrenuestro. Este acto simbólico le permite vencer al Maligno.

3.3 El proyecto de reactivación

Después de 1964, Barriga Verde cayó en el olvido, aunque su memoria

permaneció en las personas que lo habían conocido. Incluso distintas expresiones del espectáculo pasaron a utilizarse como frases hechas. En la década de 1980 una serie de jóvenes titiriteros formados fuera de Galicia se empieza a interrogar por la tradición que existió que les precedió y comienzan a indagar acerca de aquel personaje del que oían hablar a algunas personas mayores. Consiguen acceder a la familia Silvent y, tras vencer las reticencias iniciales, consiguen que compartan los secretos de su progenitor. Los jóvenes titiriteros montan, a partir de las informaciones facilitadas por la familia, una nueva versión del espectáculo, adaptando algunos elementos del repertorio al contexto actual. Se rompe, probablemente por vez primera en siglos, el secreto profesional que había funcionado como garantía de la supervivencia de los artistas itinerantes. La amenaza del olvido obligaba a replantear las tácticas del pasado.

Ya en el nuevo siglo se incorporan al proceso de recuperación del espectáculo otras personas, que constituyen la Asociación Morreu o Demo para aglutinar todos los esfuerzos de recuperación y reactivación del espectáculo. Se produce un documental, se editan dos libros y se monta una exposición en la que se incluyen las piezas originales del espectáculo de uno de los hermanos Silvent, cedidos por su hijo. A las actividades de divulgación se añade una página web⁴ y una presencia constante en las redes sociales, tratando de despertar el interés de las nuevas generaciones por el espectáculo.

El objetivo de la Asociación es ir más allá de la recuperación y divulgación del espectáculo y tratar de reactivarlo, manteniendo intacta su potencia subversiva en el contexto contemporáneo. Para ello es fundamental conseguir la implicación de la ciudadanía, que se apropie de los elementos del espectáculo y los adapte a sus inquietudes. La autoría, que ya era un asunto secundario en el espectáculo original de Barriga Verde, debe desaparecer por completo en este nuevo marco, para hacer posible su socialización y viralización. El lanzamiento de *memes* con el personaje enfrentado a protagonistas de la actualidad política, el llamado a otras compañías de títeres para que creen su propia versión del espectáculo o la producción de breves *sketchs* para colgar en redes de videos con Barriga Verde como protagonista son algunas de las propuestas del colectivo.

Conclusiones

Se han descrito las tácticas que emplearon los titiriteros que dieron vida a Barriga

⁴ <http://barrigaverde.eu/>.

Verde en un contexto represivo, donde sólo era posible introducir críticas veladas al orden imperante. En las actuales sociedades democráticas, en donde la libertad de expresión está teóricamente garantizada, estas tácticas podrían parecer poco operativas frente a mensajes más directos para desencadenar una acción colectiva transformadora. Sin embargo, las nuevas formas de activismo favorecidas por las redes digitales muestran cómo muchos de estos movimientos comparten algunas de las tácticas de los antiguos artistas ambulantes. El carácter efímero y el anonimato serían dos de ellos. El uso del humor y la ironía, fundamentales en el repertorio del espectáculo analizado, también lo son. Es por eso que se considera oportuno el esfuerzo emprendido por el colectivo cultural para reactivar a Barriga Verde como expresión simbólica de la resistencia antiautoritaria en Galicia.

Bibliografía

- Alonso, A. y Arzo, I. (2005). *La quinta columna digital. Antitratado comunal de hiperpolítica*. Barcelona: Gedisa.
- Bakhtin, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento en el contexto de François Rabelais*. Madrid: Alianza Editorial.
- Berardi, F. (2000). La incesante guerra entre red y videocracia. En M. Pasquinelli (Comp.), *Mediactivismo: Estrategias y prácticas de la comunicación independiente*. Roma: DerieveApprodi.
- Bernardot, M. (2011). À la recherche des sans-trace: cultures, espaces et citoyennetés. En Galinon-Méléneq (Dir.), *L'Homme-trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines* (pp. 331-347). Paris: CNRS Éditions.
- Burke, P. (1979). *Popular Culture in early modern Europe*. London: Temple Smith.
- Cabana, A. (2013). *La derrota de lo épico*. Valencia: Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Castells, M. (1998). *La era de la información. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Certeau, M. de (1990). *L'Invention du quotidien. Arts de faire*. Paris: Gallimard.
- Cameron, D. (2012). *Working with speaking discourse*. Londres: Sage.
- Delgado, M (2013). Artivismo y pospolítica. Sobre la estetización de las luchas sociales en contextos urbanos. *Quaderns-e. Institut Català d'Antropologia*, 18(2), 68-80. Recuperado de http://www.antropologia.cat/files/Quaderns-e%2018%282%29_article5%28Dossier1%29.pdf.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel*. Vol. 6. Puebla: ERA.
- Pujadas Muñoz, J. J. (2002). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Madrid: CIS.
- Rao, A. (1985). Des Nomades méconnus. Pour une typologie des communautés péripatétiques, *L'Homme*, 25(95), 97-120.
- Roió, M. del (2014). "Gramsci y la emancipación de lo subalterno" en *Herramienta, revista de debate y crítica marxista*. Recuperado de: <http://www.herramienta.com.ar/solo-en-la-web/gramsci-y-la-emancipacion-de-lo-subalterno>
- Scott, J.C. (1990). *Domination and the Arts of Resistance. Hidden transcripts*. New

Haven and London: Yale University Press.

Spivak, G. C. (2009). *¿Pueden hablar los subalternos?* Barcelona: MACBA.

Ugarte, D. (2010). *O poder das redes*. Santiago de Compostela: 2.0 Editores.

Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.

Biografía

Comba Campoy es licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Santiago de Compostela. En esta misma institución obtuvo su Diploma de Estudios Avanzados, con un trabajo a partir de una experiencia de investigación-acción-participativa en una comunidad del rural gallego. El proceso impulsado durante la investigación consistió en la producción de una serie de ficción para ser emitida en la televisión local. Los miembros de la comunidad participaron en el guión, realización e interpretación de los seis capítulos de la serie.

Además del trabajo sobre audiovisual comunitario, investiga las posibilidades del teatro como herramienta de las comunidades para el cambio social. En la actualidad está redactando su tesis doctoral sobre el teatro popular de títeres como forma de resistencia durante la dictadura de Franco.

Compagina la investigación con la práctica profesional en el audiovisual, como productora y guionista, y el teatro, como actriz y directora. Trabaja en la coordinación y comunicación de la Red internacional de comunicación REAL_CODE (Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo). En la actualidad, coordina para REAL_CODE el proyecto CIDEC sobre vulnerabilidad mediática de colectivos sociales prioritarios, e imparte docencia en la Facultad de Humanidades de la USC. Correo electrónico: combecha@gmail.com.

A Journey into the growth and role of Social Activism in Kenya to foster Social Transformation

Un Viaje por el crecimiento y el papel de Activismo Social en Kenia para impulsar la Transformación Social

Kiprono Kemboi, MA student at Universitat Jaume I

Abstract

For change to occur in any system or structure a transformation of the ideas, thoughts and opinions of individuals need to shift. This is normally hard to achieve because of the rigidity that many systems have. By structures being of this nature, individuals seeking social change need to look outside the inflexible structures by obtaining alternatives that would foster social change to occur. This usually does not come easily and hence a need for creativity and innovation has to be utilized. By employing these aspects, a space for change can be achieved through dexterous methods that break up the stern structures that seem unchangeable. With this in mind, we can look at different social transformation initiatives that have used art and creativity to achieve unimaginable change in different societies and use this as a reference point.

My study will take the approach used in Kenya to create social change. This will start by briefly taking a historical look at social activism and later critically analyzing how its development has been used to create social change in the country. This will be done by looking at the role played by important social activists who have inspired or lead social movements and what methods have they employed to achieve result in their revolutions. A major focus will be on the role of social media, art and graffiti have had in recent times to pass information to the masses and eventually lead to social change. This will be done by looking at the efforts made by civil society and contemporary social activists to transform social activism in the country. Other factors that will play significance are the role social media has had in the steering of social activism and the freedom given by the constitution of Kenya 2010.

Keywords

Social; Media; Activism; Change; Creativity.

Resumen

Para que en cualquier sistema o estructura se produzcan cambios, pensamientos y opiniones individuales han de tener dinamismo. Normalmente esto es difícil que se produzca debido a la rigidez propia de muchos sistemas. Por ser las estructuras de este modo, los individuos en busca del cambio social necesitan mirar más allá de la inflexibilidad de las estructuras para obtener alternativas que alienten el cambio social. Esto normalmente no ocurre fácilmente por lo que ha de ser utilizada la creatividad e innovación. Utilizando estos aspectos puede conseguirse el espacio necesario para aplicar métodos hábiles con los que romper estas estructuras severas que parecían imposibles de cambiar. Con esto en mente podemos empezar a mirar diferentes iniciativas para la transformación social que han usado arte y creatividad para llevar a cabo cambios inimaginables en sociedades distintas, y usarlas como punto de referencia.

Mi estudio utilizará el enfoque usado en Kenia para crear el cambio social. Con esto quiero decir que tomaré una mirada histórica al activismo social y luego analizaré críticamente cómo su desarrollo ha sido utilizado para crear el cambio social en el país. Lo haré estudiando el papel que tienen los activistas sociales que han inspirado o

dirigido movimientos sociales y qué métodos han utilizado para conseguir los resultados en sus revoluciones. Un foco importante del estudio estará en el rol de los medios sociales de comunicación, el arte y el grafiti, y específicamente en el impacto que han tenido en las épocas recientes para informar a la población y eventualmente dirigir el cambio social. También estudiaré los esfuerzos hechos por la sociedad civil y los activistas para transformar el activismo social en el país. Otros factores que jugarán un papel importante serán el rol de los medios sociales de comunicación para manejar el activismo social y la libertad concedida por la constitución de Kenia en 2010.

Palabras clave

Social; medios de comunicación; activismo; cambio; creatividad.

Introduction

“I'm for truth, no matter who tells it.
I'm for justice, no matter who it is for or against.
I'm a human being, first and foremost, and as such
I'm for whoever and whatever benefits humanity as a whole.”
Malcom X

Looking back at Kenya's history with social activism, it is coupled with ups and downs that have always hindered the prosperity of social activism. These roadblocks have at times made it very difficult for desired change to occur as the governments of the day have consistently tried to diminish any kind of social uprising. Even before self-rule the role of social movements was vital in the liberation of the country from the colonizers. This was orchestrated by several nationalist movements that cropped up during this time with leaders such as Harry Thuku leading the first movement in 1922 (Munene, 2004). Despite the efforts of early proponents such as Thuku, the resistance by the colonial government was immediate and did all it could to stop any opposition.

However, the start of any social movements is never a walk in the park; efforts to stop them are always present. The growth of opposition against the colonial government started gaining much advancement. This was done through the organization of political parties and rebellion movements that sought to end the colonial rule. These organizations took up ethnic dimensions as they were based on the needs of the ethnic group with regards to their grievances against the colonial government. Despite the organizations taking an ethnic root, the commonality of their sentiments brought them together as they were all seeking a similar goal.

The call for recognition of the rights of the indigenous communities was loudly expressed. This among other grievances such as land rights, torture and discrimination

were all becoming a common goal for the different groups. Movements such as the Mau Mau were the most prolific and advocated for the fighting and representation of all Kenyans. On the other hand, there were movements by the Asian community present in the country that also expressed their criticisms of the British rule. The movements were led by figures such as A.M. Jeevanjee and M.A. Desai, who continuously and successfully challenged and controlled settler ambitions for their self-rule in Kenya. Other factions were the trade unions that were also gaining much recognition amongst the working class who felt unified by these unions as they advocated for better social rights for individuals. All these movements played an important role in the realization of self-rule in the country and were the first roots of social activism in the country. The efforts cannot be ignored as without them the movements would have never began. It further led to unification and a common goal ambitions by these different groups. Consequently, it steered more the momentum of social change within the country.

1. Connecting the past and the present

1.1 From violence to social transformation

Kenya emerged from post-election violence in 2007-2008, a trying time for the Kenyan population, after years of unsuccessful political revolutions and transformations the country had fallen on its knees. The fear, hatred and pain of the violence left scars and wounds in the hearts of many citizens. The one and a half month long conflict had left about half a million of the population displaced and homeless while around 1300 people lost their lives (Rotich, 2008). These figures were just the tip of the iceberg the reality on the ground was more devastating. A lot needed to be done to heal and reconcile the wounded nation, the hatred and fear needed to be transformed into hope and positive co-existence. All these issues needed to be addressed for true healing and reconciliation to be realized. The national accord that ended the conflict, which was spearheaded by former UN Secretary General Kofi Anan, emphasized on the need to reconcile and heal the country to avoid a recurrence of violence.

While the peace and reconciliation efforts being administered at the high level were going on, what the people needed was a grass root approach that would address the root causes of the problem. Such efforts were being initiated by concerned citizens; one example is the efforts made by Boniface Wangi. A former journalist that had taken part in the documentation of the violence while it took place, the initiatives he took would

transpire to make a positive impact in healing and reconciliation of the country. His story-based approach would inspire many to join his campaign to advocate for positive change. The power of storytelling in social change has historically been at the centre of social change efforts. Organizers rely on storytelling to build relationships, unite constituencies, name problems, and mobilize people (Reinsborough, 2009: 12). The approach would prove to steer the hearts of people towards reconciliation and healing and acknowledgement of the peaceful co-existence.

1.2 *Picha mtaani* (street exhibitions)

Having documented most of the violence that took place Boniface came up with the idea of healing a wounded nation through the pictures he had. It was time to take action and bring real change in the minds and hearts of people this gave birth to (*Picha Mtaani*). This is a peace-building initiative that aims at providing a platform for national reflection and building local reconstruction through photo exhibitions and conversations (Picha, 2008). It focuses on organizing target communities to play a part in the reconciliation and reconstruction process. The initiative was inspired by the pictures taken; having documented evidence was the first step to showing people what had happened and later on the debates on the pictures would be undertaken.

The exhibitions focused on the most affected areas and would use the pictures taken in these affected areas. Mapping out the areas was the first step and later establishment of the exhibitions followed. For example, areas in the Western parts of Kenya were a key focus area. Towns such as Eldoret, Nakuru, Kitale amongst other were areas that experienced the worst violence. In the capital city Nairobi and other major towns such as Mombasa, violence was mainly experienced in the slum areas of the town thus the exhibitions were emphasized in these parts of the cities.

Pictures portrayed in these exhibitions were captured during the violence thus by displaying the horror that communities inflicted upon each other it would steer the individuals towards personal reflection, willingness to honest dialogue and also hope to create a space for community healing and reconciliation. This approach was received positively by the general public as many had still had open wounds as a result of the violence. Many victims, survivors, eyewitnesses and participators of the violence graced these street exhibitions. From the exhibitions a lot of sentiments and emotions emerged, as the speakers recounted the horrors they encountered with the memories still fresh in their mind.

This I believe is the first step of healing, by letting the individuals tell their stories and having the courage to share their ordeals despite of how horrific it may have been is a significant starting point. By ranting out their grievances to the public and retelling the experience gives room for the soul to nourish, it elevates all the hatred, pain and other negative feelings that are holding you back. This process is also aided by the dialogues and conversations that are engaged with the other people present in the exhibition. It is a space to express what you have been holding in your heart.

The outcomes of *Picha Mtaani* proved to be quite fruitful; first and foremost the massive turnout by the general public was quite impressive. From the ten cities where exhibitions were held, an approximate of 750 000 Kenyans viewed the exhibitions (Inganaga, 2011). This was a positive reception towards the exhibitions, as the people did not shy away from the horrors they bared but rather embraced them with an attitude of seeking healing, reconciliation and answers to what lead to the violence.

Besides the outstanding participation by citizens and the willingness to participate and engage in the conversations, quest for healing and answers to what occurred were positive. From the number of participants, 35 000 people completed surveys, offering important insights arising from views of ordinary Kenyans on community reconciliation, roles and contributions of individuals to peace building, effects of the violence of their lives and recommendations for national healing (Daily Nation, 2011: 14). Such positive results were very encouraging to steer the project further and to reach out to more people.

Another optimistic result was the promises and pledges made by many people during these workshops. An estimated 61 000 individuals filled in pledge cards that committed themselves to uphold peace and promote active nonviolence (Odunga, 2010: 25). It meant that the street exhibitions were having a meaningful impact on the viewers. By filling the pledge cards, it meant that the spectators had consulted their conscious during their viewing of the pictures. It also meant that a lot of soul searching was realized during this process, by questioning your views stereotypes and any negative attitudes that one may have over other individuals.

This therefore leads to a realization that picking up a machete, arrow or any weapon to engage in violence only leads to more violence and resolves none of the grievances one is facing. The pledges had a significant meaning towards the road to healing and reconciliation as this is always realized once an individual is solely dedicated to upholding to the pledge. All in all the initiative taken by *Picha Mtaani*

project was a tremendous step in fostering healing and reconciliation at the grass root level which had been strongly emphasized by the National accord but was rather overlooked by the government while implementing the accord.

2. Birth of the revolution

Despite much progress being achieved by Boniface and his colleges through the *Picha Mtaani* exhibitions, there was still a lot more that needed to be done. With elections fast approaching there was need to assure that a repeat of the violence experienced in 2007/2008 to never occur. This meant that a lot needed to be done to inform the citizens that their vote is the only weapon that they need to steer up a revolution and achieve political change. The new campaign was basically focused on the need to ensure that civic education is transpired to the people who are often misled during election period. The need to emphasize to the people that their choice of leaders is important and has an impact on their lives was paramount. This was to enlighten the public that their critical vote was the first step towards having the change they had long desired.

For the ballot revolution to occur, a lot needed to be done; first and foremost there was an urgent need for civic education. For a long time the lack of civic education has proved costly to the voters who rarely choose their leaders based on their attributes. Consequently, the leaders that represent the people often lack competence eventually not providing integral leadership. Therefore, a need to overhaul the perception of leadership was vital in the realization of the revolution. With this approach, the voters would be more enlightened to make coherent decisions when they go to the ballot.

Unlike many revolutions that are ignited through conveying the ideas to the people by word of mouth or public campaign, Boniface and his team took a new approach by using art as an agent of social change. In specific, they focused on graffiti as a model for social activism and change. The method was unique and not what the general public was accustomed to and also the negative connotation that graffiti bares in society made it a tall order on the onset. However, their strides would prove to be the initiation of a revolution that would be driven by the people. In addition, the revolution would be a bloodless revolution that would not cost anyone their life. The idea is to convey the sentiments of the people in a nonviolent manner and still achieve the desired change that many desire.

Despite the challenges ahead, Boniface and his team of artist were prepared to face the obstacles that would emerge along the way. Firstly, identifying locations to sketch their graffiti was the first hurdle. Since their intention was to reach as many people as possible, the need to find murals that would be viewed by many was important. This would lead to them identifying murals on abandoned public buildings. By doing so, they could evade the risk of being charged with destruction of private property. The first mural was sketched near the main city market in the city centre, Boniface and his colleagues worked overnight on the masterpiece for it to be unveiled to the general public in the morning.

The reception of the work of art drew mixed reactions, on one hand the citizens were touched by the artistic qualities that the mural bore and also the impactful message that it carried. On the other hand, some felt it was an extreme way of expressing grievances and conveying civic education, they felt that this would steer tension in the country. In detail, the graffiti was straightforward and to did not hide anything. Since the main aim was to inform the public of the necessity to elect credible leaders, the need to define what leadership meant was paramount. This was illustrated by primarily describing the kind of leadership that the country has been having, this was depicted through portraying the leaders as vultures. Based on many Kenya cultures, the vulture is considered selfish and a scavenger that would only do something to benefit it. This depiction was to inform the public that they were tired of the same old leaders who do nothing for their voters and a new dawn was in the air.

Apart from the metaphoric depiction of the leaders as vultures, the artwork also described the characteristics of the leaders we have; selfish, self-interested, tribal, and greedy, warmongers, and land grabbers amongst many other negative characteristics. This was accompanied by a description of the kind of leaders we want to better our country. It emphasized on the need to elect leaders wisely, advocated the voters to think critically before choosing their leaders.

Conclusion

The growth of social activism has been a long journey with its ups and downs but it has emerged to be one of the most crucial mediums of echoing the sentiments and grievances of the citizens. All through its journey the persistency and consistency has been a key motivator in realizing the goals of the movements and keeping it alive and

active. It has also been a road full of hurdles and challenges but the creativity and innovative ideas has made it possible for social activism to play an active role in ensuring that the government is in check and the voices of the voiceless have been heard.

Looking back, the role of social activism has been fundamental in advocating for rights and social issues that are at times overlooked or not observed. This has been a key factor in creating awareness to the people and ensuring that their choices are made wisely, as choices have consequences. By making people aware and availing information to them, it has been an eye opener to many and has demystified the belief of many on many social issues. Matters like leadership and tribalism have been major aspects conveyed by social activism in Kenya.

The steps made to address these aspects have proved to be positive, as the consciences of some people have been opened up, thus scrutinizing their leaders carefully before blindly voting for them. However, a long way is still ahead for the fruits of social activism to be fully realized. For this to occur, collaboration needs to be enhanced between the people, civil society and leaders as to the necessity of social activism and strive to ensure that use of nonviolent social activism is only a matter of self-expression and not an igniter of violence or chaos.

Bibliography

- Daily Nation* (2011). Positive outcomes from picha mtaani. 27 September, 14.
- Inganga, B. (2011). Launch of Heal the Nation. *Picha Mtaani journal*, 13(8).
- Munene, M. (2004). *African Intellectuals in Hostile Media Environment*. Paper presented at the Conference on Media and the Construction of African Identities, Nairobi, Kenya, August 3-6.
- Odunga, D. (2010). Photo display replays Kenya poll violence. *Daily Nation*. 28 March 2010, 25.
- Picha, M. (2008). *The Project Nairobi*. Picha Mtaani. Retrieved from <http://pichamtaani.org/about/the-project/>.
- Rotich, J. (2008). *IRIN Humanitarian News*. New York: United Nations. Retrieved from <http://www.irinnews.org/indepthmain.aspx?InDepthID=68&ReportID=76319>.
- Reinsborough, P. & Caning, D. (2010). *Re-Imagining Change*. Oakland: PM Press.

Biography

Kiprono Kemboi is a Kenyan currently undertaking his Master degree at Universitat Jaume I in International Studies in Peace, Conflict and Development. His main topics of research are Peace Studies, development discourse from an alternative development perspective, post-colonial studies, gender and cultural studies and conflict transformation. He is currently interested in exploring nonviolent responses to terrorism in Kenya. E-mail: kaykaykemboi@gmail.com.

La Cultura de Paz en la fotografía humanista de Ripper y Salgado

The Culture of peace in the humanist photography of Ripper and Salgado

Moema Costa Nascimento, UNIT
Raquel Cabral, UNESP

Resumen

Las tecnologías de comunicación son los principales vehículos de propagación y formación de opinión de la actualidad. Esta enorme red de infocomunicación en la que se transformó nuestro planeta camufla los profundos impactos promovidos por la industria globalizada productora de estereotipos, ideologías de consumo, trastornos psicosociales y armas de destrucción masiva.

Ante esta situación, la fotografía humanista aparece como herramienta para el rescate de valores y el empoderamiento de las clases oprimidas. La conciencia pública a través de los signos grabados en la foto hace que las neuronas espejo presentes en nuestro cerebro activen el sentimiento de empatía, una de las principales habilidades sociales y de comunicación presentes en el ser humano. A través del análisis de fotografías que componen los proyectos “Imágenes Humanas” y “Génesis” de los fotógrafos humanistas brasileños João Roberto Ripper y Sebastião Salgado, respectivamente, y basándose en el discurso de los propios fotógrafos acerca de lo que los motivó a fotografiar, intentamos demostrar la importancia de la difusión de una mirada alternativa a los temas ya cubiertos por los principales medios de comunicación, así como observar la eficacia de los sentimientos compartidos y registrados durante el trabajo documental en la promoción de la comunicación educativa guiada por los principios de una cultura de paz. Desde el contacto visual con los conceptos trabajados en las imágenes, se nos anima a superar los pensamientos arcaicos que subyacen en cómo nos relacionamos hoy, entre nosotros y con el planeta.

Palabras clave

Cultura de paz; fotografía humanista; comunicación educativa; neuronas espejo; cambio social.

Abstract

Communication technologies are the main vehicles for spreading and shaping opinion today. This huge network of info-communication, in which our planet became, camouflages the profound impacts promoted by globalized industry that produces stereotypes, ideology's consumption, psychosocial disorders and weapons of mass destruction.

In this situation, humanistic photography appears as a tool to rescue values and to empower oppressed classes. Public awareness through the recorded picture signs makes the mirror neurons in our brains trigger the feeling of empathy, a major social and communication skills present in human and biological being. Through the analysis of photographs of the project “Human Images” and “Genesis” of Brazilian humanist photographers João Roberto Ripper and Sebastião Salgado, respectively, and based on their discourse about what motivated them to photograph themselves, we try to demonstrate the importance of disseminating an alternative view to the topics already covered by the mainstream media, as well as to look and observe the effectiveness of shared and recorded feelings during the documentary work in promoting educational communication guided by the principles of culture of peace. From the visual contact

with the concepts worked in the images, we are encouraged to overcome the archaic thoughts that underlie how we relate today, between us and with the planet.

Keywords

Culture of peace; humanistic photography; educational communication; mirror neurons; social change.

Agradecimientos

Deixo aquí registrada a mina infinita gratidão a tudo e todos os que participara direta ou indiretamente desse processo de autopoyésis. Om amém.

Biografía

Moema Costa é Radialista e Fotógrafa. Aluna do Curso de Especialização em Desenvolvimento Pessoal e Resolução de Conflitos da Universidade Tiradentes (UNIT) de Sergipe (Aracajú). E-mail: moemacosta@live.com.

Raquel Cabral é Doutora em Comunicação Institucional pela Universitat Jaume I (Espanha), Mestre em Estudos Internacionais para a Paz, Conflitos e Desenvolvimento Social pela Cátedra UNESCO de Filosofia para a Paz da Universitat Jaume I (Espanha) e o Instituto de Desenvolvimento Social e Paz (IUDESP), Mestre em Comunicação Midiática e Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) de São Paulo/Brasil. Atualmente é professora doutora no Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Bauru (São Paulo, Brasil). E-mail: raquelc@faac.unesp.br.

Epílogo

Hacer las paces en tiempos de crisis: Veinte años trabajando para hacer las paces en la *Universitat Jaume I*

Vicent Martínez Guzmán, Director Honorífico Cátedra UNESCO Filosofía Paz
Universitat Jaume I, Castellón

Introducción: cambiar las mentes para hacer las paces

En estas reflexiones vamos a compartir algunas ideas en las que venimos trabajando durante estos veinte años del Máster de la Paz, desde la perspectiva de nuestra filosofía para hacer las paces (Martínez Guzmán, 2005; 2009; 2010a; 2010b). La venimos definiendo como el conjunto de investigaciones de las capacidades y competencias humanas para vivir en paz. Reconocemos que, desgraciadamente, también tenemos capacidades y competencias para hacernos mucho daño, producir mucho sufrimiento, cometer injusticias, marginación y exclusión. Es decir, tenemos capacidades y competencias para realizar cualquiera de los tipos de violencia en que venimos trabajando en la Investigación para la Paz: directa, estructural y cultural (Galtung, 2003). Sin embargo, sabemos que también tenemos capacidades y competencias para tratarnos con ternura, cuidado (Comins Mingol, 2009) y cariño en las relaciones interpersonales y con justicia y políticas democráticas en las relaciones institucionales. Esta es la explicación de nuestro lema “nosotros los pacifistas somos los realistas”. No sólo es real el daño que nos podemos hacer, sino el bien que también nos podemos hacer y nosotros nos empeñamos en transformar las acciones malas por las buenas.

Estas investigaciones, nos han permitido diseñar un marco conceptual, una red de conceptos, que nos dan indicadores prácticos para organizar nuestras relaciones y afrontar los inevitables conflictos entre los seres humanos, de manera pacífica (París Albert, 2009). Como sabemos, no significa solamente afrontar los conflictos sin hacer guerras o ejercer la violencia directa. Quiere decir también incrementando los criterios de *justicia* en las acciones y las instituciones humanas. Significa, así mismo, trabajar por un cambio en las mentalidades humanas, cambiar las culturas de las violencias por las culturas para hacer las paces. Seguimos con ello el preámbulo de la Constitución de la UNESCO: “puesto que las guerras surgen en las mentes de los seres humanos, es en las mentes de los seres humanos donde tenemos que construir los baluartes de la paz”.

Aún más, nos atrevemos a decir, que para facilitar la reconciliación, los seres humanos también tenemos capacidades y competencias para completar nuestras

acciones de transformación social por medio de la justicia, con el amor, la compasión, la gratuidad o el perdón (Boltanski, 2000; Ricoeur, 2005). Incluso hablamos del “amor al enemigo”, no con la ingenuidad de pensar que vamos a tener afecto o cariño a quienes hacen daño, oprimen, marginan, excluyen o matan. Sino aprendiendo que nuestras acciones “contra estos enemigos” siempre tendrán en consideración que quienes, dañan, oprimen, marginan o matan, también son seres humanos y nuestras acciones en su contra para transformar las injusticias que producen, nunca atentarán contra su dignidad como seres humanos, aunque sean máximamente contundentes. Es lo contrario de lo que ellos mismo hacen al intentar “deshumanizar”, quitar categoría humana, a quienes consideran enemigos (King, 1999; Wink, 2003).

En nuestro máster y doctorado diseñamos el currículo desde estos marcos conceptuales complejos que rigen las acciones humanas y que pueden llevarnos a la marginación, exclusión, miseria y muerte, o a diversas formas de hacer las paces. No investigamos estos marcos teóricos por mero prurito académico. Lo que nos preocupa, principalmente, es cómo podemos transformar el sufrimiento que unos seres humanos producimos a otros y a la naturaleza y aprender a transformarlo por medios pacíficos. Para ello, usamos los instrumentos que tenemos como universitarios con el máximo rigor: con cursos, postgrados, máster y doctorado y trabajos de investigación.

No es inocente explicitar los marcos teóricos que rigen nuestras acciones. Los marcos conceptuales y la red de conceptos van constituyendo una manera de relacionarnos los seres humanos que se puede basar en las violencias culturales o en las culturas para hacer las paces. Incluso, a veces de manera inconsciente, reaccionamos ante determinadas situaciones con los conceptos que tenemos de fondo de nuestras acciones, tanto si los hacemos explícitos como si no. Así, como dice Butler (2010), según los marcos conceptuales que tenemos, parece que consideramos unas vidas “más dignas de ser lloradas y llevar duelo por ellas”, como las del último atentado de París que, obviamente, condenamos, y otras que consideramos “menos dignas de ser lloradas y llevar duelo por ellas”, como, por ejemplo, los muertos en Siria. Se relaciona con el hecho de que la violencia cultural hace opaca nuestra responsabilidad moral. Parece que tenemos menos responsabilidad moral por las muertes de los muertos en una patera si, de acuerdo con nuestras leyes, fenómeno político y cultural, los consideramos “inmigrantes ilegales”. Este es el sentido que interpretamos que da la UNESCO cuando habla de cambiar las mentes de los seres humanos al que nos hemos referido.

Necesitamos, pues, cambiar nuestras mentes, nuestras culturas, si queremos

incrementar la transformación de nuestros conflictos por medios pacíficos. Veamos algunos de los conceptos que nos permiten reflexionar sobre la crisis desde nuestra filosofía para hacer las paces.

1. El concepto de crisis: la crisis de la miseria y la crisis financiera y de crecimiento

El mismo concepto de crisis tiene una trampa etnocéntrica. Hablamos ahora de una especie de “crisis mundial”, porque es cuando decimos que estamos en crisis los países del norte del mundo, de Europa y América del Norte. De la misma manera que hablamos de “dos guerras mundiales”, cuando referimos a guerras en Europa, como si fuéramos el centro del mundo. Sin embargo, podríamos decir que todas las guerras son guerras mundiales, porque todas afectan a todas las partes del mundo. Como eran mundiales las guerras de Corea o Vietnam, cuando en el norte hablábamos sólo de “guerra fría” y, anteriormente, eran también mundiales las guerras de la conquista de América por parte de los Europeos o las colonizaciones de África o Asia. Ya advertía Kant (1991) en 1794 que la violación del derecho en una parte del mundo afecta a toda la humanidad. Como ocurría con las muertes dignas de ser lloradas, parece que sólo las guerras o las crisis que afectan a las partes ricas del mundo son dignas de ser consideradas guerras o crisis mundiales. Ahora que las sufrimos las clases medias del norte –los muy ricos siguen haciéndose más ricos– parece que sean “más crisis”.

El mismo creador de la Investigación para la Paz Johan Galtung (2012) distingue entre la crisis entendida como falta de crecimiento económico e inestabilidad financiera, que sería la crisis actual en Europa, y la crisis como miseria permanente que afecta al 20% de la población mundial y que causa numerosas muertes por hambrunas y enfermedades que se pueden prevenir y curar. Esta crisis permanente nos retrotrae al propio autor que influyó en el diseño curricular de nuestro máster que desde el principio incluye un semestre de estudios de desarrollo. Galtung (2003) entendía el desarrollo como satisfacción de las necesidades humanas básicas. Mientras quede un sólo ser humano en el mundo que no tenga satisfechas sus necesidades básicas, dice Galtung, estamos en crisis. Por eso, actualmente, propone que la economía para la paz debe transformar una economía de muerte (*killing economy*) en una economía de vida (*living economy*). Es esta crisis permanente la que requiere ser atendida para afrontar la crisis más particular del crecimiento económico e inestabilidad financiera y no al revés, como se está haciendo. Es desde la perspectiva de la crisis de los pobres del mundo que se

tienen que buscar soluciones a la crisis de las clases medias cada vez más empobrecidas del norte. Sin embargo, se están buscando primero las soluciones para instituciones como los bancos y los más ricos del mundo, empobreciendo cada vez más a las clases medias y enriqueciendo cada vez más a los más ricos. Todo ello enmascarado con la falacia que Baumann (2014) denuncia de que “la riqueza de unos pocos nos beneficia a todos”. Evidentemente, beneficia, a “esos pocos”. Por este motivo, en nuestro diseño curricular también hemos aprendido a ser críticos contra la misma noción de desarrollo que muchas veces ha sido una forma de seguir colonizando. Con nuestro profesor y amigo José María Tortosa (Tortosa, Acosta y otros 2011), denunciarnos que el mal desarrollo lo que produce es un “mal vivir”. Volveremos al tema al hablar de la austeridad.

2. El problema de la dicotomía entre teorías y prácticas

Abordar temas, como en este caso el de las crisis, desde perspectivas teóricas y conceptuales, es lo que hacemos en la universidad. En nuestro caso, en nuestros programas de máster, doctorado y en nuestras investigaciones y publicaciones. Sin embargo, estas perspectivas teóricas y conceptuales, de ninguna manera nos separan, sino más bien nos comprometen con acciones específicas de transformación social, para hacer un mundo más justo que será lo mismo que más pacífico. Además decimos “un mundo” porque los mil estudiantes que hasta ahora han venido a nuestros programas hemos procurado que sean de todas partes del mundo. Una de nuestros compromisos teóricos y prácticos es superar las falsas dicotomías, entre otras, entre teorías y prácticas.

Es cierto que, tomada aisladamente, la famosa tesis XI sobre Feuerbach de Marx, “los filósofos no han hecho otra cosa que interpretar el mundo; de lo que se trata es de transformarlo” (*Die Philosophen haben die Welt nur verschieden interpretiert; es kömmt darauf an, sie zu verändern*), se ha “interpretado” como que ya no tenemos que hacer más teorías ni más interpretaciones. Es decir se ha hecho una interpretación diciendo que no hay que hacer más interpretaciones.

Si estudiamos los marxismos con profundidad, vemos que de lo que se trata es de no hacer teorías o proponer interpretaciones del mundo, que disfracen mediante ideologías como elementos de la “superestructura” de un modo de producción, las relaciones entre los seres humanos que producen opresión, marginación y exclusión que

constituyen la “base” de una determinada “formación social”. Denunciamos esas interpretaciones enmascaradoras de las injusticias reales, no para quedarnos sin interpretaciones, teorías o marcos conceptuales, sino para proponer otras alternativas que, interpeladas desde las propias prácticas, orienten nuestras acciones, en nuestro caso, para hacer un mundo más justo, que es una manera de hacer las paces.

Ya al menos de Aristóteles (1985: 1095 b 17-19; Martínez Guzmán, 1995) aprendimos que la teoría es la práctica más excelente, la *praxis* más completa que consiste en la contemplación, la visión. No la mera contemplación que nos aparta de los compromisos prácticos, sino que teoría y práctica están relacionadas con las formas de vida. La teoría, en nuestro caso la filosofía para hacer las paces, es tan práctica que es una forma de vida: es *bios theoretikos* (Hadot, 2009). Es la forma suprema de la vida con los otros (*bios politikós*), de la vida moral (*bios praktikós*) y de la vida del cuerpo o del placer (*bios apolaustikós*).

En este marco conceptual, los saberes o las ciencias, las epistemes, también las divide en teoría, práctica y poiética. La *poiēsis* es un tipo de saber, de *epistēmē*, que es productivo, tiene que buscar la eficacia. Es una *téchnē* en el sentido de arte o técnica artificial. De hecho, este arte o técnica tiene una fase de concepción mental (*nóēsis*), como el arquitecto que tiene el plano en la cabeza, y una fase de “realización o producción” que es la *poiēsis* (Moreau, 1972: 100), realizar la obra de lo que tenemos en mente, “obrar”, como “los obreros”. Por esta razón, interpreto, Hannah Arendt (2005) traduce el verbo *poieō* al alemán por *herstellen* (*work* en inglés), producir en el sentido de trabajar, poner en obra. Además, consiste en producir con imaginación. De *poiēsis* viene también “poesía”. Por consiguiente, también significa imaginación creadora, imaginación moral, como dice Lederach. Pues bien, en la bienaventuranza de Mateo 5,9 la palabra que se usa para trabajadores para la paz es *eirēnopoioi*.

Por consiguiente al trabajar por la paz, no establecemos una dicotomía entre teoría y práctica, sino que somos poiéticos, productivos, poetas, obreros que hacen las paces, con imaginación creadora, en el marco de nuestras diferentes formas de vida del cuerpo y sus placeres, en diversas políticas que nos relacionan a unos y unas con otros y otras, y con una *praxis* moral. En nuestro Máster y Doctorado estamos en la fase noética o teórica, de concebir y estudiar las diversas formas de hacer las paces. Pero ya es una forma de ser poiéticos, productivos, y prácticos, conviviendo estudiantes y profesores de diversas culturas y creencias. Ya es una forma de vida.

Un problema es que, por culpa de la crisis, de estas formas de vida como *bios*,

expulsamos otros seres humanos que literalmente “sobran”, son “residuos humanos”. Nos importa tanto la relación entre teoría y práctica que, de las muchas críticas a la modernidad occidental que se han realizado, Bauman (2005) nos ayuda a tomar conciencia de los “residuos humanos” que estamos creando en el orden mundial tal como lo estamos configurando: vidas desperdiciadas, basura, parias. Bauman interpreta estos “cuerpos basura” según los análisis que Agamben (1998) ha realizado de la figura del antiguo derecho romano del *homo sacer*. El *homo sacer*, es el de la “nuda vida”, simple *zōē* y no todavía *bíos*. Los seres humanos que vamos excluyendo de la vida como *bíos* no son “usufructuarios” de su propia vida con todos los derechos legales. Simplemente tienen sobre su propia vida, la “nuda propiedad” (Comins Mingol y Martínez Guzmán, 2010).

Otro problema es si el trabajo de hacer las paces podemos considerarlo como un trabajo penoso o no. Es cierto que en las tradiciones judía, cristiana y musulmana, el trabajo es entendido como una maldición, al menos desde el dicho del Génesis (3, 19): “te ganarás el pan con el sudor de tu frente” que va ligado a los dolores de parto. De hecho, “trabajo” viene del latín *tripaliare*, torturar, y hace referencia a un instrumento de tortura formado por tres palos cruzados, al cual se sujetaba al reo. Tenía como forma primitiva *trebajar* en el sentido de sufrir y esforzarse, de donde viene el sentido de laborar y obrar (Roberts y Pastor, 1997).

Ivan Illich (1974a: 53) dice que como instrumento de tortura aparece en el siglo VI. Desde el siglo XII ya significa una prueba dolorosa y, desde el XVI va sustituyendo a *obra* (como hemos visto, el término *poiēsis* usado en la bienaventuranza de quienes trabajan por la paz) que sería propia del ser humano artista y libre, y “a la *labor* (*ponērós*) del hombre por el otro o por la naturaleza” que ya supone sufrimiento y esfuerzo penoso. En latín *labor* conserva ese sentido de fatiga y esfuerzo, incluso de desgracia e infortunio que el sustantivo *pónos* tiene en griego. En una sociedad *convivencial* postindustrial como la que propone Illich, interpretamos, se tendría que recuperar el sentido poiético, artístico y creador del trabajo. *Este es el que necesitamos en el arte de trabajar para hacer las paces*, como venimos estudiando.

También entre los griegos, como muestra la *Teogonía* de Hesíodo (226), a pesar de ser un defensor del trabajo, se habla de la labor (*pónos*) como el primero de los males que importunan a los seres humanos. Arendt (2005: 90 n. 39) cree que en las lenguas se mantiene la separación de lo que los teóricos han unido. Así tendríamos las palabras *pónos*, *labor* (en latín e inglés), *travail* y *Arbeit* con el significado de dolor y esfuerzo e

incluso relacionados con los dolores de parto, y pobreza (*penía* en griego y *Armut* en alemán). Sin embargo, frente a *pónos*, como trabajo penoso tenemos *érgon*, en el sentido de obra y sus respectivos verbos; en latín frente a *laborare*, *facere* o *fabricari*; en francés *travailler* y *ouvrer*; y en alemán *arbeiten* y *werken*. Estas segundas palabras sólo tienen el sentido de dolor y molestia cuando adoptan el significado de labor. Es más, es interesante notar que son los nombres *work*, *œuvre* (en castellano “obra”) y *Werk* las que tienden a usarse con “arte” (142 nn. 3 y 5). Ella misma usa en inglés *labor* y *work*.

A los trabajadores y trabajadoras para hacer las paces de nuestro Máster y doctorado el trabajo no nos resulta penoso, sino que, como venimos proponiendo, interaccionaría teoría y práctica, como obreros que hacen las paces con efectividad y creatividad. Estaríamos en la línea de la red conceptual de *érgon*, *facere* o *fabricari*, *ouvrer*, *werken* y *work*.

3. El problema de la responsabilidad y de las convicciones

A veces, escuchamos argumentos que apelan a la responsabilidad a costa de las convicciones. Parece que los responsables políticos deben ser más responsables y esta responsabilidad va en contra de las propias convicciones. Así escuchamos argumentos del tipo: “debemos hacer lo que tenemos que hacer, porque es nuestro deber hacer lo que tenemos que hacer”. Como en uno de los galimatías de las películas de los hermanos Marx, ahora ya no el filósofo.

Dicho más académicamente: Weber (1984: 69) distingue la *Gesinnungsethik* (ética de la convicción), de la *Verantwortungsethik* (ética de la responsabilidad) que parece más “realista”. Ciertamente, por influencia de Tolstoi tiene un gran respeto por la ética de las convicciones, ejemplificadas en el Sermón de la Montaña como alternativa al ojo por ojo: no devolver mal a quien os hace el mal (Mt 5,39).

No obstante, el político, que debe ser realista, no puede actuar sólo por convicción sino también por responsabilidad, sigue Weber. Como hemos estudiado en otras partes (Martínez Guzmán, 2009: 131; Weber, 1988: 84 s.), puede usar “la violencia física de manera legítima” que es precisamente la que caracteriza el poder del estado. Reconoce que el estado tiene otros medios, pero la violencia física es su medio específico:

“Estado es aquella comunidad humana que, dentro de un determinado territorio (el ‘territorio’ es el elemento distintivo), reclama (con éxito) para sí el monopolio de la *violencia física legítima*” (83). A las demás asociaciones e individuos se les

concede el derecho a la violencia física en la medida en que el Estado lo permite, pues es la única fuente del “derecho” a la violencia. “Política significará, pues, para nosotros, la aspiración a participar en el poder entre los distintos Estados o, dentro de un mismo Estado, entre los distintos grupos de hombres que lo componen” (84).

“Quien hace política aspira al poder; al poder como medio para la consecución de otros fines (idealistas o egoístas) o al poder ‘por el poder’, para gozar del sentimiento de prestigio que él confiere”. En definitiva “El Estado como todas las asociaciones políticas que históricamente lo han precedido, es una relación de *dominación* de hombres sobre hombres, que se sostiene por medio de la violencia legítima... Para subsistir necesita, por tanto, que los dominados *acaten* la autoridad que pretenden tener quienes en ese momento dominan” (85). Ahí es donde surge el concepto de legitimación de la violencia cuando es usada por quienes tienen el poder del estado.

Se establece, así, un marco teórico o una red conceptual entre la tarea política, el ejercicio del poder como dominación o prestigio y la concepción del Estado. Desde esta red conceptual, parece que los políticos deben actuar más por responsabilidad que por convicciones. Esta responsabilidad se da, pues, en el marco de esas interrelaciones entre tarea política, el poder como dominación o prestigio y Estado ligado al uso legítimo de la violencia.

Cuando los responsables políticos dicen, que deben actuar por responsabilidad, lamentando no poder hacerlo según sus convicciones, tenemos que indagar si tienen en mente esa relación entre política, poder, dominación, estado, prestigio y uso legítimo de la violencia. Estoy pensando en “decisiones duras” como la intervención de la OTAN en los Balcanes o la invasión en la segunda guerra de Iraq. Incluso la decisión de “rescatar a los Bancos” endeudando más a los países que se supone rescatan, en lugar de rescatar a las personas humildes que no pueden pagar sus hipotecas y tienen que ser desahuciadas.

El hecho de que digamos que son marcos o redes conceptuales ligados a las maneras de entender la política, se relaciona con la violencia cultural, porque genera unas culturas, unas formas de hacer política que legitiman la violencia estructural, por ejemplo, aumentando la brecha entre ricos y pobres por medio de los llamados rescates, y puede producir la violencia directa, por ejemplo, desahuciando por la fuerza (el uso legítimo de la violencia) a las personas endeudadas que pierden su casa.

Como trabajadores y trabajadoras para hacer las paces podemos preguntarnos ¿no había más remedio que renunciar a las convicciones? ¿pueden existir otras formas de entender la política desligadas del monopolio de la violencia o del poder como

prestigio, que acerquen más las responsabilidades a las convicciones? Más adelante volveremos sobre el tema y presentaremos alternativas. Queda ya constancia, una vez más, que los marcos conceptuales o las redes que establecemos entre los conceptos que guían nuestras acciones, no son inocentes.

4. El problema de apelar a la experiencia

A veces, se dice que *la experiencia* demuestra que el uso de las violencias es inevitable, tanto como las desigualdades entre ricos y pobres, o que la miseria, marginación y exclusión no tienen remedio.

Según Kant (Martínez Guzmán, 2009: 160), no vale la excusa de los políticos que se consideran a sí mismos prácticos, los *moralistas políticos* que se forjan una moral útil a sus conveniencias de hombres de Estado (Kant, 1991: 48). Estos pueden ser profetas prediciendo que debido a la condición humana esto no tiene remedio, que hay que tomar a los seres humanos como son. Lo que están diciendo realmente es “como nosotros los hemos hecho, mediante una imposición injusta” (1985: 97). De ahí que puedan predecir qué harán. Es un ejemplo de la profecía que se cumple a sí misma, (*self-fulfilling prophecy*). Como filósofos, tenemos que denunciar públicamente estas manipulaciones de nuestras intuiciones. Debemos hacer abstracción de los obstáculos que nos impiden la institucionalización de la paz “que acaso no provengan inevitablemente de la naturaleza humana, sino más bien del descuido de las ideas auténticas en la legislación. En efecto, nada hay más pernicioso e indigno de un filósofo que la plebeya apelación a una presunta experiencia contradictoria, la cual no tendría lugar de haber existido a tiempo tales instituciones de acuerdo con ideas” (Kant, 1978: 312).

Es decir, cuando apelemos a la experiencia para decir que esto no tiene remedio, analicemos si somos los seres humanos mismos, como dice Kant, los moralistas políticos que hacen una moral a su medida, quienes hemos hecho que determinadas cosas sean de una manera y no de otra. Si hacemos malas políticas, podemos predecir que todo saldrá mal, porque “así son las cosas”. Se cumplirá nuestra profecía. Pero no porque “así son los seres humanos”, sino porque “así hemos hecho determinadas acciones”, así hemos constituido la experiencia. Pensemos hacerlas de otra manera y aprendamos a buscar alternativas, creando de manera productiva y con imaginación, como hemos dicho, otros tipos de experiencias.

5. El problema de la corrupción: subordinación de la moral a la política o de la política a la moral

Precisamente estos moralistas políticos, como hemos dicho, subordinan la moral a la política (Kant, 1991: 48 ss.). De esta manera aplican sólo la primera parte de la máxima evangélica ya mencionada, de ser astutos, prudentes o sagaces (*klug* en Kant, *phronimos* en el griego del evangelio de Mt 10, 16) como las serpientes. La cita textual según la Biblia de Jerusalén es: “Mirad que yo os envío como ovejas en medio de lobos. Sed, pues, prudentes como las serpientes, y sencillos como las palomas”. Se olvidan así, de la segunda parte que pone freno a esa sagacidad apelando a la sencillez o actuación “sin falsedad” de las palomas (*ohne Falsch* en Kant, *akéraios* en el mismo evangelio) y, por consiguiente, estableciendo una relación entre moral y política.

Los trabajadores y trabajadoras para la paz tenemos que tener la sagacidad suficiente para transformar las situaciones de injusticia, marginación y exclusión entre las que vivimos “como ovejas en medio de lobos”. Nosotros mismos tenemos, desgraciadamente, capacidades para actuar como lobos. En este sentido, tenemos que ser sagaces, prudentes, astutos, como las serpientes para conseguir la transformación de estas situaciones. Pero no como los moralistas políticos, haciendo una moral a nuestra conveniencia. Tenemos que actuar como *políticos morales*, hacer una política subordinada a la moralidad, para no caer en la corrupción, con la sencillez de las palomas. Decimos, por medios pacíficos. No cualquier medio sirve para hacer las paces. Los medios han de ser también pacíficos. Incluso, como hemos dicho, con amor a los enemigos. Es decir, quizá sin afecto, con mucha firmeza, pero siempre respetando su dignidad como seres humanos. Es una forma de romper la espiral de las violencias.

Sin embargo los moralistas políticos que hacen una moral a su conveniencia, sólo desarrollan la sagacidad o astucia, cumpliendo otra máxima evangélica: “Sabéis que los que son tenidos como jefes de las naciones, las dominan como señores absolutos y sus grandes las oprimen con su poder” (Mc 10, 42). Se está usando el término *cleptocracia* para definir la situación global de corrupción en la política. Ya no es sólo “plutocracia” como gobierno de los ricos, sino “cleptocracia” como gobierno de los ladrones en lo que llaman el nuevo imperio de la cleptopía (Castro, Castro y otros 2012; Sapelli, 1998; Taibbi, 2012).

Crear una cultura de la corrupción generalizada o sistémica, puede ser muy peligroso porque, como hemos dicho, expulsa muchos seres humanos del sistema,

empobrece a las clases medias, y puede dar lugar al ascenso de totalitarismos. La semana pasada se celebró el setenta aniversario de la liberación de Auschwitz por los aliados. En este contexto, sigue siendo un reto para la investigación para la paz, si en un caso extremo de tanta maldad como el nazismo, “no había más remedio que parar a Hitler con la guerra y no valen métodos no violentos”. Efectivamente es un reto y hasta Russell y Einstein parece que frente a Hitler no fueron pacifistas.

Sin embargo, no siempre hay que llegar a situaciones límite de causa y efecto, como si los fenómenos no fueran más complejos. En estos momentos todavía estamos a tiempo de presentar alternativas a la cleptocracia, a la cultura de la corrupción, al desempleo, a la crisis financiera y, sobre todo, a la crisis de la pobreza global, como hemos dicho. Urge no esperar a argumentar de manera corrupta “que no hay más remedio que desencadenar otras guerras” y a decir, como tantas veces, que los trabajadores y trabajadoras para la paz, somos unos pobrecitos ingenuos utópicos.

6. El problema de la austeridad en una sociedad convivencial

Hace años que venimos trabajando con el concepto de austeridad. Ahora, nos encontramos que se está aplicando por los gobiernos para hacer frente a la crisis financiera, en un sentido peligroso que hemos de denunciar. Como dice Mark Blyth (2014: 16, 36, 155) es una idea que forma parte de “la mayor táctica engañosa de la historia de la economía moderna”. Actualmente, se entiende por austeridad la reducción del gasto público, porque se lo considera responsable de la actual crisis económica. La táctica engañosa consiste precisamente en culpar al gasto público, lo que, en realidad, según este autor, ha sido un gasto privado desmesurado, provocado por los bancos. Se rescatan los bancos porque se considera que la deuda que tienen es tan grande que si no los rescatan los poderes públicos del estado, las consecuencias serían “sistémicas” y todas las personas saldríamos perdiendo. Por consiguiente, según esta “narrativa”, se produce la tragedia de prolongar “*sine die* todo un conjunto de políticas que son más parte del problema que de la solución” (16). Esta narrativa se ha convertido en una ideología sólida:

Las ideologías sólidas funcionan por la doble razón de que no solo son inmunes a los hechos empíricos, sino que las pruebas contrarias sirven en realidad para fortalecerlas. En concreto, el liberalismo ha adquirido la costumbre de insistir, cada vez que sus políticas cosechan un fracaso, en que la culpa ha de atribuirse al país que trató de aplicarlas, pero no, en ningún caso, a las políticas mismas. Esta es la razón de que nos digan que los griegos son unos perezosos, pese a que

trabajan alrededor de seiscientas horas más al año que los alemanes. Por este mismo motivo, la economía española tampoco sufre realmente un 50% de paro juvenil, puesto que todos ellos trabajan –según nos cuentan desde esa misma ideología– en los bares de tapas o en alguna otra parte. El único problema de estas afirmaciones es que no son ciertas: por eso estamos asistiendo –y esto sí es real– al desempleo y la degradación de una generación entera. Y sin embargo, la ideología continúa (19 s.)

Nuestra interpretación es que estas ideologías, maneras de pensar o marcos conceptuales, se manifiestan en unas formas de hacer, en unas políticas, que causan mucho sufrimiento humano. El mismo autor dice que tendemos a pensar que la teoría económica es como una hoja de instrucciones de IKEA que parte de la teoría de la verdad como correspondencia. Por el contrario, el autor piensa que la teoría económica es mucho más y mucho menos que una hoja de instrucciones. Es mucho más porque “las diferentes teorías disponibles nos indican cuáles son las reglas o normas por las que hemos de elegir regirnos, qué políticas hay que aplicar, y cómo diseñar las instituciones, ofreciendo distintos beneficios a los distintos grupos –instaurándose así un proceso que termina por transformar el mundo que esas teorías se proponen cartografiar–”. Es mucho menos que una hoja de instrucciones “debido a la naturaleza parcial de las distintas teorías y a la circunstancia de que no alcancen sino a levantar un mapa extremadamente incompleto del mundo que se esfuerzan en describir” (94-96). Una vez más, parece que tener una concepción de un saber, en este caso, la economía, u otra forma de entender ese saber, es decir, el problema de las epistemologías, afecta a las relaciones entre los seres humanos y a las políticas que las rigen.

En cambio, desde hace años, venimos defendiendo una idea de austeridad que producía sonrisas maliciosas cuando se decía “España va bien”, basada en la idea de convivencialidad del ya citado Ivan Illich (1974a). Es una noción que, por una parte, está en la base de los estudios críticos con la relación de los estudios de la paz y el desarrollo (Illich, 1988) o estudios de postdesarrollo (Sachs, 1996) y por otra, inspira también las propuestas más recientes sobre el decrecimiento (Latouche, 2009; 2012).

Illich realiza una investigación crítica del monopolio del modo industrial de producción para definir conceptualmente otros *modos de producción postindustrial*. Hizo un estudio crítico de la educación (Illich, 1974b), de la medicina industrializada (Illich, 1975) y de los transportes. Su reflexión es que la superproducción industrial de un servicio tiene efectos secundarios tan catastróficos y destructores como la superproducción de un bien. *Debemos descubrir los límites al crecimiento tanto de*

bienes como de servicios producidos industrialmente. Esta última idea es de las que ha influido en las actuales propuestas sobre el decrecimiento.

Su propuesta es la del *equilibrio multidimensional* de la vida humana que evoca el análisis de Marcuse (1968). El análisis dimensional establece una relación que podríamos llamar *natural* entre el hombre y las herramientas que usa. La amenaza es que el trabajo que se puede realizar con una herramienta, sobrepase los umbrales de sus dimensiones, digamos “naturales”, y se vuelva contra su propio fin. En mi interpretación, tendría que ver con las reflexiones ya mencionadas sobre el hecho de que en las acciones humanas los medios superen a los fines y, entonces, se introduce la violencia que, decía Arendt (1998), siempre se basa en herramientas, en esa superación de los fines por los medios.

Por tanto, *hay que determinar los límites y umbrales* de las herramientas para circunscribir el campo de la *supervivencia humana*. De otra manera, la producción en masa, produce su propia autodestrucción. Se desnaturaliza la naturaleza, el ser humano se desarraiga y pierde creatividad, queda encerrado en su cápsula individual, la colectividad se polariza y especializa. Se trata de “imaginar una sociedad donde la organización industrial esté equilibrada y compensada con modos distintos de producción complementarios y de alto rendimiento” (Illich, 1974a: 11). No es fácil porque estamos deformados por los hábitos industriales.

Por tanto, debemos reconocer los límites *naturales* que dan equilibrio a la vida. “Entonces será posible articular de forma nueva la milenaria tríada del hombre, la herramienta y la sociedad. Llamo sociedad *convivencial* a aquella en que la herramienta moderna está al servicio de la persona integrada en la colectividad y no al servicio de un cuerpo de especialistas. Convivencial es la sociedad en la que el hombre controla la herramienta” (12). Convivencial es más la herramienta que el ser humano. Como veremos, el hombre que usa la herramienta de manera convivencial es *austero*. La palabra alemana que Illich usa para “convivencialidad” en alemán es *Mitmenschlichkeit*: el sustantivo abstracto de *mitmensch*, prójimo, semejante. Interpreto que, literalmente, sería cohumanidad. Así una herramienta convivencial sería aquella que permite que compartamos nuestra humanidad; la que permite reconocernos como prójimos, como semejantes. Interpreto que una herramienta convivencial o *mitmenschlich* es la que nos aproxima como seres humanos, no que no separa o distancia. El propio autor inventa convivencial: herramienta que nos ayuda en nuestra vida juntos. El sentido en castellano es excelente; viene de convivencia: “hecho de vivir en buena armonía unas personas con

otras”. El autor también tiene que forzar el sentido en inglés, pues *convivial* y *conviviality* están ligados a sociable, ambiente agradable, etc. Curiosamente en el alemán actual, ha tenido más fuerza la versión inglesa y dicen, por ejemplo en la *Wikipedia* en alemán, *Konvivialität*, en lugar de recuperar la idea original de Illich de *Mitmenschlichkeit*.

Aquí aparece la noción de austeridad. El hombre que usa la herramienta convivencial es *austero*. Illich recupera el sentido de austeridad que Tomás de Aquino interpreta de Aristóteles (Ética, libro IV, capítulo VI es la cita original de Illich). La austeridad es una virtud que no excluye todos los placeres, sino únicamente aquellos que degradan la relación personal, por eso es el fundamento de la amistad, en relación con la alegría, la *eutrapelia*. Eutrapelia tiene el sentido de buena diversión, saber divertirse, divertirse con moderación, sin tropelía, sin atropello, sin tropel, sin el agobio de la tropa. Sería austero en el sentido de “sobrio” reducido a lo necesario y apartado de lo superfluo o agradable; una severidad ligada a rectitud, pero evitando los matices negativos que estos términos tienen en la actualidad, porque son virtudes que se ejercen con alegría. “El hombre reencontrará la alegría de la sobriedad y la austeridad, reaprendiendo a depender del otro, en vez de convertirse en esclavo de la energía y de la burocracia todopoderosa” (31). Quizá es lo que en la actualidad, Latouche (2012) expresa con “frugalidad” para no usar “austeridad” que es la palabra de la que se ha apropiado el sistema dominante.

Parece, pues, que una sociedad convivencial estaría en la línea de nuestra propuesta de una organización social basada en la interdependencia e interrelación que se rompe cuando usamos la violencia. Ahora aprendemos que, además, supone recuperar la convivialidad, la capacidad de vivir juntos con los que son humanos como nosotros, e introduciendo criterios de austeridad. Interpretando las palabras del propio Illich *reaprendiendo a depender unos y unas de otros y otras con nuevas formas de convivencia*.

En el mundo actual están *los que no tienen suficiente y los que tienen demasiado*. Los pobres se sienten frustrados y los ricos insatisfechos. Hemos perdido la capacidad de imaginar *la pobreza querida*; “la sobria embriaguez de la vida. Una sociedad en donde cada cual apreciara lo que es suficiente sería quizás una sociedad pobre, pero sería seguramente rica en sorpresas y sería libre” (Illich, 1974a: 33). Es una distinción semejante a la que desde el ecofeminismo hace Vandana Shiva (Shiva, 1995), entre la pobreza como miseria y la pobreza percibida. Estamos en contra de la pobreza como

miseria, porque estamos en contra de las hambrunas, y la miseria que margina y excluye. Sin embargo, a veces percibimos como pobreza, vidas convivenciales que sobreviven con economías de subsistencia. En este caso, desde el punto de vista convivencial deberíamos aprender a ser más pobres. “Una sociedad convivencial es una sociedad que ofrece al hombre la posibilidad de ejercer la acción más autónoma y más creativa, con ayuda de las herramientas menos controladas por los otros. *La productividad se conjuga en términos de tener, la convivencialidad en términos de ser...* el respecto a los límites garantizará un libre florecimiento de la autonomía y de la creatividad humanas” (Illich, 1974a: 40 s.).

Hemos de recuperar también la convivencialidad para la noción de trabajo, incluso el nuestro como trabajadores y trabajadoras para hacer las paces. En una sociedad convivencial austera o frugal, el trabajo sería, como ya hemos dicho, poético: productivo y con imaginación. Hay pues, contraste, entre la idea de austeridad de la que se ha apoderado el sistema económico y político dominante, y la idea de austeridad en la que nosotros venimos trabajando, al menos, estos veinte años del Máster y el doctorado.

7. La política es conflictiva y forma parte de la condición humana

Teníamos pendiente la respuesta a las preguntas que nos hacíamos al hablar de la relación entre convicción y responsabilidad. Como trabajadores y trabajadoras para hacer las paces ¿no había más remedio que renunciar a las convicciones? ¿pueden existir otras formas de entender la política desligadas del monopolio de la violencia o del poder como prestigio, que acerquen más las responsabilidades a las convicciones?

La alternativa en que venimos trabajando hace años (Martínez Guzmán, 2009: 122 ss.) se basa en la interpretación de la relación entre intersubjetividad y política propuesta por Hannah Arendt (Arendt, 2005). La tercera de las actividades de la *vita activa*, según Arendt, es la acción que tiene como condición la *pluralidad*. El hecho de que *los* hombres, en plural, no el Hombre, vivan en la Tierra y habiten el mundo. Para Arendt todos los aspectos de la condición humana (parece que también la labor y el trabajo), se relacionan con la política. Pero la pluralidad no sólo es la *conditio sine qua non*, sino la *conditio per quam*, de toda vida política. Vivimos en pluralidad y nos organizamos políticamente. En esta pluralidad los seres humanos somos *iguales* para poder entendernos y somos *diferentes*, diferencia que posibilita el discurso y la acción. En mi interpretación, si no fuéramos iguales no podríamos entendernos, si no fuéramos

diferentes no tendríamos nada que decir. Cada ser humano es un agente, “toma la iniciativa” y se revela en la acción y el discurso “cuando las personas están *con otras...* en pura contigüidad humana (*where people are with others... in sheer human togetherness; wo Menschen miteinander... sprechen und agieren*)”. Esta contigüidad humana sería, a mi juicio, la interpretación de Arendt, de la intersubjetividad.

La ruptura de esta contigüidad convierte a los otros en enemigos y usa la violencia. Es una explicación de Arendt semejante a nuestra propuesta de que la violencia es la ruptura de la intersubjetividad. En la violencia que rompe la contigüidad humana, el discurso no revela a sus agentes y se convierte en “mera charla”, medio para alcanzar un fin; la acción carece de significado.

La falta de predicción del resultado de las acciones es una muestra de la fragilidad humana. Desgraciadamente, cuando perdemos el control de nuestras acciones y llegamos a superar los fines por los medios que utilizamos, podemos desencadenar la violencia y, entonces, la guerra se convierte en el árbitro final de esa pérdida de control. Esa superación de los fines por los medios le da a la violencia un carácter instrumental en el sentido que vimos criticaba Illich. Por eso, como dice Arendt, y nosotros mismos venimos proponiendo, la política, la vida en común en la forma de la polis, es otra forma de hacer frente a nuestra fragilidad para que no genere violencia ni miedo y que nos ayude a que los medios no desborden a los fines.

Por consiguiente, para esta autora, “La esfera política surge de actuar juntos, de ‘compartir palabras y actos’ ” (224). En el discurso y en la acción, en la *esfera pública*, es donde nos aparecen las cosas y ejercemos el poder.

Contrariamente al texto que hemos visto de Weber, hay que desvincular el poder de la violencia:

“*Poder* corresponde a la capacidad humana, no simplemente para actuar, sino para actuar concertadamente. El poder nunca es propiedad de un individuo; pertenece a un grupo y sigue existiendo mientras que el grupo se mantenga unido” (Arendt, 1998: 146). Considera a la palabra “poder” equivalente a *dynamis* y a *potentia* y del término en alemán *Macht* destaca su procedencia de *mögen* y *möglich* y no de *machen*, para resaltar su carácter potencial; es independiente de los factores materiales como el número, o los medios. De la capacidad de concertar viene el poder de los países pequeños y poderosos que pueden aventajar a los ricos o el poder de la noviolencia.

Sin embargo, tampoco proponemos una visión ingenua de la política. Admitimos y estudiamos que es conflictiva como hemos estudiado en otro lugar (Martínez

Guzmán, 2007). De hecho, tenemos en nuestro programa un semestre de conflictos y un excelente libro de una de las directoras del Máster (París Albert, 2009).

Estas son algunas de las sugerencias que tenemos en estos tiempos de crisis en las que venimos trabajando estos veinte años y esperamos seguir trabajando todavía más.

Bibliografía

- Agamben, G. (1998). *Homo sacer. El poder soberano y la nuda vida*. Valencia: Pre-Textos.
- Arendt, H. (1998). Sobre la violencia. En Arendt, H. (Ed.) (1998). *Crisis de la república*. Madrid: Taurus, 109-186. [Original 1970].
- Arendt, H. (2005). *La condición humana*, Barcelona, Paidós Ibérica. [Original 1958].
- Aristóteles (1985). *Ética nicomáquea; Ética eudemia*. Madrid: Gredos.
- Bauman, Z. (2005). *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Barcelona: Paidós.
- Bauman, Z. (2014). *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?* Barcelona: Paidós.
- Blyth, M. (2014). *Austeridad: historia de una idea peligrosa*. Barcelona: Crítica.
- Boltanski, L. (2000). *El amor y la justicia como competencias: tres ensayos de sociología de la acción*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Barcelona: Paidós.
- Castro, E. et al. (eds.) (2012). *El arte de la indignación*. La Bolgia, Salamanca, Delirio.
- Comins Mingol, I. (2009). *Filosofía del cuidar. Una propuesta coeducativa para la paz*. Barcelona: Icaria.
- Comins Mingol, I. y V. Martínez Guzmán (2010). Del miedo a la alteridad al reconocimiento del cuerpo: una perspectiva desde la filosofía para la paz. *Investigaciones Fenomenológicas*, monográfico 2 (Cuerpo y Alteridad), 37-60 http://www.uned.es/dpto_fim/invfen/Inv_Fen_Extra_2/3_MTNEZ_GUZMAN.pdf
- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización*, Gernika, Bakeaz-Gernika Gogoratuz. [Original 1996].
- Galtung, J. (2012). *Peace economics: from a killing to a living economy*, Kolofon.
- Hadot, P. (2009). *La filosofía como forma de vida: conversaciones con Jeannie Carlier y Arnold I. Davidson*. Barcelona: Alpha Decay.
- Illich, I. (1974a). *La convivencialidad*. Barcelona: Barral Editores.
- Illich, I. (1974b). *La sociedad desescolarizada*. Barcelona: Barral.
- Illich, I. (1975). *Nemesis médica: la expropiación de la salud*. Barcelona: Seix Barral.
- Illich, I. (1988). Desvincular paz y desarrollo, *Alternativas II*, México, Joaquín Moritz/Planeta, 165-178.
- Kant, I. (1978). *Crítica de la razón pura*. Madrid: Alfaguara. [Original 1781, 1787].
- Kant, I. (1985). Si el género humano se halla en progreso constante hacia mejor (2º Capítulo de *El conflicto de las Facultades*). En Kant, I. (Ed.) (1985), *Filosofía de la Historia*, México/Madrid/Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 95-122. [Original 1798].
- Kant, I. (1991). *Sobre la paz perpetua*. Madrid: Tecnos. [Original 1795].
- King, M. L. (1999). *La fuerza de amar*. Madrid: Acción Cultural Cristiana.
- Latouche, S. (2009). *Decrecimiento y posdesarrollo: el pensamiento creativo contra la economía del absurdo*. Barcelona: El viejo topo.
- Latouche, S. (2012). *La sociedad de la abundancia frugal. Contrasentidos y controversias del decrecimiento*. Barcelona: Icaria.

- Marcuse, H. (1968). *L'Home unidimensional*. Barcelona: Edicions 62.
- Martínez Guzmán, V. (Ed.) (1995). *Teoría de la Paz*. València: Nau Llibres.
- Martínez Guzmán, V. (2005). *Podemos hacer las paces. Reflexiones éticas tras el 11-S y el 11-M*, Bilbao, Desclée de Brower. Versión e-book en www.todoebook.com.
- Martínez Guzmán, V. (2007). Paz y política en el mundo contemporáneo. En Martínez López, F. y F. A. Muñoz (Eds.) (2007): *Políticas de Paz en el Mediterráneo*, Madrid, Biblioteca Nueva, 111-122.
- Martínez Guzmán, V. (2009). *Filosofía para hacer las paces*, Barcelona, Icaria. Versión e-book en www.todoebook.com.
- Martínez Guzmán, V. (2010a). Cómo pensar la paz: una perspectiva desde la filosofía para hacer las paces. En Fundación Seminario de Investigación para la paz (Ed.) (2010a), *Todavía en busca de la paz. 1984-2009. XXV Aniversario*, Zaragoza, Gobierno de Aragón. Departamento de Educación, Cultura y Deporte, 379-405.
- Martínez Guzmán, V. (2010b). Filosofía para hacer las paces: fuentes filosófico-biográficas de la investigación para la paz. En Comins Mingol, Irene y Sonia París Albert (Eds.) (2010b), *Investigación para la paz. Estudios filosóficos*. Barcelona: Icaria, 11-24.
- Moreau, J. (1972). *Aristóteles y su escuela*. Buenos Aires: EUDEBA.
- París Albert, S. (2009). *Filosofía de los conflictos*. Barcelona: Icaria.
- Ricoeur, P. (2005). *Caminos del reconocimiento*. Madrid: Trotta.
- Roberts, E. A. y B. Pastor (1997). *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. Madrid: Alianza.
- Sachs, W. (ed.) (1996). *Diccionario del Desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. Lima: PRATEC Proyecto Andino de Tecnologías Campesinas.
- Sapelli, G. (1998). *Cleptocracia: el "mecanismo único" de la corrupción entre economía y política*. Buenos Aires: Losada.
- Shiva, V. (1995). *Abrazar la vida: mujer, ecología y desarrollo*. Madrid: Horas y horas.
- Taibbi, M. (2012). *Cleptopía: fabricantes de burbujas y vampiros financieros en la era de la estafa*. Madrid: Lengua de Trapo.
- Tortosa, J. M. et al. (2011). *Maldesarrollo y mal vivir: pobreza y violencia a escala mundial*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Weber, M. (1984). *La acción social: Ensayos Metodológicos*. Barcelona: Península.
- Weber, M. (1988). *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Wink, W. (2003). *Jesus and nonviolence: a third way*. Minneapolis: Fortress.

Biografía

Vicent Martínez Guzmán, La Vall d'Uixó, 1949, es Doctor en Filosofía y director honorífico de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz por convenio entre la UNESCO, Bancaja-Fundación Caja Castellón y la Universitat Jaume I de Castellón, de la cual ha sido vicerrector. Fundador del Máster Universitario Oficial y Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo, que ha recibido la mención de calidad; cofundador del Centro Internacional Bancaja para la Paz y el Desarrollo galardonado con la Medalla de Oro Mahatma Gandhi para la Paz y la No-Violencia en 1999; y promotor de programas de Estudios para la Paz y el Desarrollo en diferentes universidades de todo el mundo. Ha realizado trabajos de Investigación en las Universidades de Frankfurt (Alemania) y Berkeley (California). Ha publicado sobre Didáctica de la Filosofía, Filosofía del Lenguaje, Fenomenología y Filosofía para la Paz. Ha sido editor de *Teoría de la Paz*, Valencia 1995, *La Paz en Kant, doscientos*

años después, Valencia, 1997; coeditor de *Terra i drets. Els drets humans i la pau a la fi del mil·leni*, Castelló, 1999; *Amartya K. Sen y la globalización*, Castelló, 2006, y *Migraciones, conflictos y cultura de paz*, Toluca (México), 2009. Autor de *Filosofía para hacer las paces*, Barcelona, Icaria, 2001 (2ª ed. 2009), *Podemos hacer las paces*, Bilbao, Desclée de Brower, 2005 y *El papel de la sociedad civil en la construcción de la paz*, Barcelona, Icaria, 2009. Entre sus últimas publicaciones: “Culturas y paces para el siglo XXI: una perspectiva desde la Filosofía para hacer las paces”, *Tiempo de Paz* (99), 2010 y “Hacer las paces imperfectas: entre el reconocimiento y el cuidado” con Irene Comins y Sonia París, Universidad de Granada 2011. En octubre de 1997 recibió la Insignia de Oro de su ciudad natal, La Vall d'Uixó, por unanimidad de todos los grupos políticos del Ayuntamiento por su dedicación a promover los estudios de la paz en todo el mundo. En 2009 le otorgaron el premio “*Memorial Joan XXIII per la pau*” del *Institut Víctor Seix de Polemologia* y de la *Universitat Internacional de la Pau de Catalunya* y en 2011 fue galardonado con el Premio Internacional de la Paz de la ciudad de Castellón. Correo electrónico: martguz@uji.es.

El libro #comunicambio recoge una serie de investigaciones centradas en compartir reflexiones y buenas prácticas que permitan construir nuevas historias eficaces para transformar de manera pacífica contextos de violencia cultural desde diferentes ámbitos, como la epistemología y sus indicadores, las representaciones, el periodismo, la comunicación comercial, la sociedad civil y sus movilizaciones, la educación y el activismo digital y artivismo.

The book #com4change comprises a series of studies aimed at sharing reflections and good practices that allow building new effective stories that could transform in a peaceful way contexts of cultural violence from different areas, such as epistemology and its indicators, representations, journalism, commercial communication, civil society and its mobilizations, education, and digital activism and artivism.

@ComunicambioNet
#comunicambio