



con texto



**ACTORES, CONDICIONES Y PRÁCTICAS CONTEMPORÁNEAS
DE USO Y CONSUMO MASS-MEDIÁTICO
DE INFORMACIÓN POLÍTICA**

Editores: Pamela Paz García / María Mendoza Michilot / Fábio Pereira



contra texto

Contratexto

Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima

N.º 35, junio, 2021

Lima, Perú

Director: Dr. Julio César Mateus

Editora: Mg. Lilian Kanashiro

Editores adjuntos

Dra. Pamela Paz García / IIPsi CONICET y Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Mg. María Mendoza Michilot / Universidad de Lima, Perú

Dr. Fábio Pereira / Universidade de Brasília, Brasil

Asistente de procesos editoriales: Claudia Gálvez Zegarra

Comité editorial

Dra. Teresa Quiroz Velasco (Universidad de Lima, Perú)

Dr. Peter Busse (Universidad de Lima, Perú)

Dra. Nohemí Lugo (Tecnológico de Monterrey, México)

Dra. María-José Masanet (Universitat Pompeu Fabra, España)

Dra. Adriana Amado (Universidad Argentina de la Empresa, Argentina)

Dr. Omar Rincón (Universidad de los Andes, Colombia)

Dra. Raquel Paiva (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil)

Dra. Carmen Caffarel (Universidad Rey Juan Carlos, España)

Dr. Manuel Alejandro Guerrero (Universidad Iberoamericana, México)

Dr. Matías Ponce (Universidad Católica del Uruguay, Uruguay)

Dra. Jessica Retis (University of Arizona, Estados Unidos)

Dr. Claudio Avendaño (Universidad de Santiago de Chile, Chile)

© Universidad de Lima

Fondo Editorial

Av. Javier Prado Este 4600

Urb. Fundo Monterrico Chico, Lima 33

Apartado postal 852, Lima 100, Perú

Teléfono: 437-6767, anexo 30131

fondoeditorial@ulima.edu.pe

www.ulima.edu.pe

Edición, diseño y carátula: Fondo Editorial de la Universidad de Lima

Imagen de carátula: Photo by David Laws on Unsplash

Fotografías de las portadillas de secciones: Shutterstock

Correspondencia:

Facultad de Comunicación

contratexto@ulima.edu.pe

Impreso en el Perú

Contratexto se encuentra registrada bajo la licencia Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ISSN 1993-4904

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú n.º 2020-08604

EVALUADORES

Dr. Luiz Carlos Agner Caldas / Universidade Federal do Rio de Janeiro
Dra. Fabiola Alcalá Anguiano / Universidad de Guadalajara
Dra. Adriana Amado / Universidad Argentina de la Empresa
Dra. Valeria Arévalos / Universidad de Buenos Aires
Mg. Ricardo Bedoya / Universidad de Lima
Dra. María del Pilar Blanco / Trinity College
Dr. Fernando Bonete Vizcaíno / Universidad CEU San Pablo
Dra. Jiani Adriana Bonin / Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Mg. Emilio Bustamante / Universidad de Lima
Dra. Dolores Cabrera / Universität Bremen
Dra. Kati Eliana Caetano / Universidade Tuiuti do Paraná
Dr. Rodrigo Carreiro / Universidade Federal da Bahia
Mg. Diego Cerna / Massachusetts Institute of Technology
Dr. Hernán Chaparro / Universidad de Lima
Lic. Sofía Chini / Universidad Católica de Córdoba
Dr. Paolo Demuru / Universidade Estadual Paulista
Dr. Albert Elduque Busquets / University of Reading
Dra. Rasha El-Ibiary / Future University in Egypt
Dr. Jairo Faria / Universidade de Brasília
Dr. Vincent Foucher / Centre National de la Recherche Scientifique
Dra. Christiana Freitas / Universidade de Brasília
Mg. Mauricio José Godoy Paredes / Pontificia Universidad Católica del Perú
Dr. Roberto Gondo / Universidade Presbiteriana Mackenzie
Mg. José Reyes González Flores / Universidad de Guadalajara
Mg. Mariana Gutiérrez / CONICET
Dr. Juan-Diego Hernández-Albarracín / Universidad Simón Bolívar
Dra. María Luisa Humanes Humanes / Universidad Rey Juan Carlos
Dr. Eduardo Ledesma / University of Illinois
Mg. Luciellen Lima / Universidade Federal da Bahia
Dra. Mg. Mariana Lima / Universidade de São Paulo
Dra. Valéria Cristina Lopes Wilke / Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Dr. José Manuel López / Universidade de Vigo
Dra. Carmen María López-López / Universidad Católica San Antonio de Murcia
Dra. Rosalba Mancinas / Universidad de Sevilla
Dra. Isabele Mitozo / Universidade Federal do Maranhão
Mg. Elohim Monard / Universidad de Lima
Dra. Camila Mont'Alverne / Reuters Institute
Dra. Estela Morales Campos / Universidad Nacional Autónoma de México
Mg. Alejandro Morales Vargas / Universidad de Chile
Dra. Sylvia Moretzsohn / Universidade Federal Fluminense

Dra. María Alejandra Nicolás / Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Mg. Jeane Carla Oliveira de Melo / Universidade Federal de Minas Gerais
Dr. Salvador Percastre / Universitat de Lleida
Dra. Tíssiana Pereira / Universidade de São Paulo
Dr. Hugo Rabbia / Universidad Nacional de Córdoba
Dr. Francisco Ramallo / Universidad Nacional de Mar del Plata
Dr. José María Ramírez-Dueñas / Universidad Complutense de Madrid
Dra. Elizabeth Ramírez Soto / San Francisco State University
Dr. Ezequiel Rivero / Universidad de Buenos Aires
Dr. Juan Antonio Roche Cárcel / Universidad de Alicante
Dr. José Horacio Rosales Cueva / Universidad Industrial de Santander
Dr. Edgar Alejandro Ruvalcaba Gómez / Universidad de Guadalajara
Mg. Eduardo Santa Cruz Achurra / Universidad de Chile
Dra. Nirave Reigota Caram / Universidade Estadual Paulista
Dr. José Seoane Riveira / Universidad de Salamanca
Lic. Ariela Szpanin / Universidad Católica de Córdoba
Lic. Lucrecia Taricco / Universidad Nacional de Córdoba
Dra. Viviane Vieira / Universidade de Brasília
Dr. Antonio Weinrichter / Universidad Carlos III
Dra. Lyudmyla Yezers'ka / Universidad de Piura
Dr. Lior Zylberman / CONICET

COMITÉ HONORARIO

Desiderio Blanco (Universidad de Lima, Perú)
Raúl Fuentes (Universidad Jesuita de Guadalajara —Iteso—, México)
Martín Hopenhayn (Cepal, Chile)
Armand Mattelart (Universidad de París VIII, Francia)
Miquel de Moragas (Universidad Autónoma de Barcelona, España)
Herman Parret (Universidad de Lovaina, Bélgica)
Alejandro Piscitelli (Universidad de Buenos Aires, Argentina)
Germán Rey (Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia)
Giuseppe Richeri (Universidad de Lugano, Suiza)
Muniz Sodré (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil)

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

- Actores, condiciones y prácticas contemporáneas de uso y consumo mass-mediático de información política. Experiencias y procesos de selectividad, personalización, desmasificación y autocomunicación 9
- Pamela Paz García*
- María Mendoza Michilot*
- Fábio Pereira*

DOSIER

- WhatsApp, comunicación móvil y participación política: un estudio cuantitativo en Ecuador 17
- Marcos Zumárraga-Espinosa*
- El gobierno abierto en la ciudad de Córdoba, Argentina: una política de regulación de la sensibilidad 43
- Natalia D. Vaccaro*
- Agustín Cazzolli*
- Julián F. Castro*
- Uso e influencia de la analítica web en la producción de noticias: estudio de caso de un medio digital peruano 71
- Melissa Barrenechea Arango*
- El troleo en el esquema de las prácticas políticas 91
- Rubén Santander Herrera*
- La creación del rito: análisis semiótico de la protesta sindical a través de la red social Twitter durante el estado de pandemia 113
- Eduardo Yalán Dongo*

O raio X do Jair Bolsonaro <i>Gabriela Pacheco Dávila</i>	137
Journalistic representation of women in the reportage of military operations against Boko Haram in Northeast Nigeria <i>Ben-Collins Ndinojuo</i>	155
TENDENCIAS	
O uso das <i>affordances</i> dos dispositivos móveis para a oferta de notícias: uma análise dos aplicativos de jornais latino-americanos <i>Erivelto Amarante</i>	183
Discursos de preconceito de gênero em publicações da mídia e sua relação com a construção da imagem da ex-presidenta do Brasil Dilma Rousseff <i>Rosiane Alves Palacios</i> <i>Carolina Freddo Fleck</i> <i>Márcia Vanessah Pacheco Abbondanza</i>	199
El cine como metodología didáctica: análisis sistemático de la literatura para un aprendizaje basado en el cine (ABC) <i>Silvia Díaz Herrero</i> <i>Manuel Gértrudix Barrio</i>	225
La telenovela brasileña y Mijaíl Bajtín: extrapolación, autoría y géneros discursivos en análisis <i>Anderson Lopes da Silva</i>	255
CÓDIGO DE ÉTICA	281
POLÍTICA EDITORIAL, NORMAS PARA AUTORES E INDEXACIÓN	287

PRESENTACIÓN

ACTORES, CONDICIONES Y PRÁCTICAS CONTEMPORÁNEAS DE USO Y CONSUMO MASS-MEDIÁTICO DE INFORMACIÓN POLÍTICA

Experiencias y procesos de selectividad, personalización,
desmasificación y autocomunicación

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.5139>

UNAS LÍNEAS INDEFECTIBLES A LA PANDEMIA...

El enfoque temático inicial propuesto para este número 35 de la revista *Contratexto* destacaba la importancia de discutir sobre la selectividad en el uso o consumo mediático de la información política, en función de tres ejes temáticos: las culturas y dinámicas de apropiación de las audiencias de las redes sociales, las relaciones de familiaridad con fuentes y contenidos informativos, y las rutinas de consumo ideológico. En su consecución, dicha propuesta se vio condicionada por el tan impensado como inevitable escenario pandémico del 2020. Observando que el COVID-19 sigue presente entre nosotros en lo que va del 2021, confirmamos que no nos equivocamos al proponer una reflexión desde la academia sobre este fenómeno altamente dinámico, que influye en la comunicación masiva mediatizada y en los comportamientos y actitudes de las audiencias a escala mundial.

Existe consenso en que la pandemia ha desnudado un fenómeno que había emergido con el advenimiento del siglo XXI: la nueva ecología de medios, cuya centralidad se halla en internet, y el surgimiento de nuevos perfiles de consumidores (Corbella, 2010). Pero, además, se sostiene que la catástrofe psicosocial-sanitaria vivida parece haber modificado nuestros hábitos de consumo de la información (Martínez, 2020). Por otro lado, se postula que somos una sociedad colectivamente narcisista, lo cual se puede revelar en las redes sociales (Cavero, 2013), que ha visto lo vulnerable y asustada que es (Arboccó, 2021). ¿Pero es realmente así? ¿No será que el coronavirus solo ha hecho más evidentes fenómenos, prácticas o problemas que ya estaban instalados en nuestra cotidianidad, pero sobre los cuales no habíamos reparado de manera suficiente? ¿Más consumo de medios digitales que tradicionales? ¿Más consumo de medios audiovisuales que impresos? Por otra parte, la catástrofe psicosocial-sanitaria experimentada puso sobre la mesa la “infodemia”, término acuñado por la OMS y utilizado para describir la avalancha de contenidos —ciertos o no— que ha inundado el mundo y redefinido las formas de apropiación cultural de la información. ¿Pero tenemos más *fake news* que antes?

En todo caso, próximos estudios deberán problematizar la doble condición personal/motivacional y estructural/ideológica del consumo mediático en cuanto acto cultural

específico; iluminar ciertas dimensiones experienciales, comunicacionales y políticas de la realidad convivenciada en el marco de esta crisis mundial; comprender la imposición del distanciamiento social, hipermediatizado, sobredependiente de miradas y lenguajes de quienes nos cuentan el “afuera”.

Queda claro que lo vivido tiene unos antecedentes en los que este dossier incide, al menos a partir de las maneras de coconstruir la información que las audiencias de medios y plataformas venían ejercitando.

LOS TEMAS DEL DOSIER

Algunos académicos sostienen que, en el contexto de profusión de información de todo calibre que circula en el mundo, las audiencias se nutren desde hace aproximadamente veinte años de una infinidad de datos desagregados y provenientes de diferentes fuentes, locales y globales, por lo que resulta complicado saber a ciencia cierta de dónde proviene el consumo real (Neira, Clares-Gavilán y Sánchez-Navarro, 2021).

En este sentido, nuestra propuesta de reflexión en este dossier consiste en desplazar la mirada de un análisis de los efectos y del consumo de la información como un acto aislado para contemplar la inscripción social de la recepción. Consiste en comprender cómo las audiencias atribuyen sentido a los productos mediáticos a partir de sus experiencias personales, inscritas en la cotidianidad de la vida social. Considerar esa dimensión social de los públicos permite entender en qué medida el contenido de los medios y las mediaciones producidas por los dispositivos sociodigitales prolongan y/o transforman prácticas sociales ya existentes (Bastard, 2019). Implica pensar la recepción como un conjunto de etapas, que incluyen los momentos anteriores y posteriores del acto de apropiación de la información (Djakouane y Segré, 2017).

Estudiar los públicos mediáticos pasa por una descripción de las normas y convenciones que circunscriben las conversaciones cotidianas (Eliasoph, 2003). El acto de recepción se inserta en las dinámicas de sociabilidad, en las formas sociales, territoriales y en las temporalidades que organizan y definen la atención atribuida a los contextos de consumación de la información. Los públicos son, por lo tanto, indisociables de la dimensión colectiva de un uso reflexivo de los medios. Restituir esa dimensión social de las audiencias implica deconstruir —otra vez— el mito de su pasividad en relación con los contenidos mediáticos (Robinson, 2010; Singer *et al.*, 2011). Los consumidores o prosumidores, que cumplen funciones de distribuidores, críticos, editores o creadores de contenido, influyen en otros grupos, colectivos o tribus, en diferentes ámbitos (creativos, culturales, de divulgación, etcétera), en medios digitales más que tradicionales (Hernández, 2020).

El conjunto de estudios seleccionados para este dossier de la revista *Contratexto* dialoga, de alguna forma, con esa dimensión dual —activa y social— de las audiencias.

A partir de estudios históricos, sociológicos, semiológicos y de análisis de contenido, el conjunto de trabajos revela que los públicos participan, en algunos casos indirectamente, de los cuadros cognitivos de los productores de contenidos: los periodistas y los medios, los políticos y los gobiernos. Indican nuevas formas de mediación de la información, fuertemente marcadas por los dispositivos sociodigitales. Y revelan también elementos de permanencia de ese fenómeno, que continúa atravesado por relaciones históricas de poder y de dominación.

Precisamente, sobre los aportes al estudio de las redes sociales como nuevas culturas de consumo, el artículo “WhatsApp, comunicación móvil y participación política: un estudio cuantitativo en Ecuador”, de Marcos Zumárraga-Espinosa, explora la relación entre distintos usos políticos del servicio de mensajería y los comportamientos participativos *online/offline* (convencionales y de protesta) en el contexto ecuatoriano. El autor observa que mientras los usos centrados en la expresión de opiniones y la discusión política interpersonal impactan de manera consistente sobre todas las dimensiones de la participación política, este efecto se intensifica cuando se trata de las actividades de protesta política, valorando empíricamente a WhatsApp como medio atractivo para la circulación de información movilizadora asociada consistentemente con actividades políticas contenciosas. En contraste, desde un enfoque cualitativo que asume técnicas de análisis sociosemiótico en torno a los discursos de protesta sindical en la red social Twitter, Eduardo Yalán Dongo introduce otras dimensiones de estudio en su artículo “La creación del rito: análisis semiótico de la protesta sindical a través de la red social Twitter durante el estado de pandemia”. Uno de los hallazgos más importantes de su investigación es que la protesta como ritual *online* deviene rito colectivo, y la circulación de las prácticas *offline* de protesta permite la creación política en el espacio público.

No obstante, al adentrarnos en el uso de las redes sociales como práctica política, Natalia Vaccaro, Agustín Cazzolli y Julián Castro estudian —con base en herramientas propias de la sociosemiótica— cómo el portal de gobierno abierto de la ciudad de Córdoba (Argentina), junto a una serie de noticias periodísticas y comunicados oficiales, opera como dispositivo regulador creando un particular régimen de enunciación y visibilidad, y configurando tipos ideales de ciudad y sujetos para la misma. En su trabajo “El gobierno abierto en la ciudad de Córdoba, Argentina: una política de regulación de la sensibilidad”, los autores analizan las limitaciones de los sentidos producidos en el marco de dicho dispositivo puesto al servicio del “vecino-ciudadano”. Subyacentes a la creencia de que los artefactos tecnológicos pueden suturar desigualdades estructurales y cristalizar en formas contemporáneas específicas de ser y estar en la ciudad, reconocen que tiene en estos sentidos una dimensión dinámica y constitutiva del consumo actual de información política: la idealización intersubjetiva de la propia realidad y del espacio compartido que portan las relaciones de comunicación en cuanto tramas de poder.

Luego, sobre el eje de relaciones de familiaridad con fuentes y contenidos informativos, el trabajo de Melissa Barrenechea Arango, titulado “Uso e influencia de la

analítica web en la producción de noticias: estudio de caso de un medio digital peruano”, acredita cómo los indicadores de consumo generados por las métricas se han convertido en garantía de veracidad de los contenidos periodísticos digitales, y no sólo para la audiencia, sino en primer lugar para los productores de la información. La analítica al alcance de la mano es una revolución en las redacciones web, porque ha democratizado el acceso de los periodistas a estudios de lectoría o de audiencia que antes eran el secreto mejor guardado de gerentes y editores. No obstante, desde el punto de vista del consumidor, abren una caja de pandora, por ejemplo, respecto a cómo influyen en la producción de contenidos “a la carta”. El estudio concluye que la “prevención” de saber los gustos y preferencias de los consumidores es un factor presente en la planificación, producción y difusión de los contenidos periodísticos en general, y no solo políticos.

En torno al eje temático sobre las rutinas de consumo ideológico de información política, en “El troleo en el esquema de las prácticas políticas”, Rubén Santander Herrera reflexiona acerca de este comportamiento en redes sociales como práctica política independiente de una agenda, momento histórico o tecnología específica. Situando este comportamiento en su contexto de uso, posibilidades y relaciones, destaca su potencia emancipatoria.

Cierran este dossier dos artículos que discuten las oscilaciones en el contrato de comunicación que los productores de información establecen con sus audiencias. Tales estudios revelan cómo estos actores buscan anticipar las expectativas de sus públicos en la construcción del discurso político y mediático. Así, en su artículo “O raio X do Jair Bolsonaro”, Gabriela Pacheco Dávila se vale de la semiótica de la cultura para analizar el lenguaje corporal del candidato a la presidencia de Brasil en el 2018, Jair Bolsonaro. Centrándose en los gestos, las formas de vestir y hablar del actual presidente brasileño, la autora revela un modelo de comunicación política marcado por el “descompromisso com o que compõe o sistema modelizante do audiovisual eleitoral”. Esa subversión de las formas convencionales permitió a Bolsonaro establecer una relación de cercanía con gran parte del electorado brasileño. Por su parte, Ben-Collins Ndiyojuo, autor de “Journalistic representation of women in the reportage of military operations against Boko Haram in Northeast Nigeria”, propone un análisis de contenido sobre la representación de las mujeres en el contexto de lucha contra el grupo terrorista Boko Haram. Con base en el estudio de cuatro periódicos representativos de la esfera pública nigeriana, el autor observa una continuidad en las formas de construcción de la imagen femenina desde una mirada masculinizada marcada por el sexismo y la discriminación. Las mujeres son representadas en los medios como el sexo frágil, víctimas del grupo terrorista mencionado y con frecuencia siendo objeto pasivo, sujeto al rescate de los “héroes” militares.

Este número temático ilustra la creciente importancia de las audiencias mediáticas en los estudios de comunicación. En gran medida, la emergencia de los dispositivos sociodigitales fue uno de los factores responsables del renovado interés académico y

político por el público, ese “ilustre desconocido” (Méadel, 2004) del proceso comunicativo. Las redes sociales no solamente cambiarán la forma de consumo de la información, sino que se tornarán instrumentos importantes de participación en el debate público. Pero, aunque ese tema sea ahora parte de nuestra agenda de investigación, varios aspectos sobre el perfil de los públicos, sus hábitos y los sentidos, así como los usos que atribuyen al contenido mediático, hoy todavía están poco investigados. Como editores invitados, esperamos que este dossier de *Contratexto* sirva como punto de partida para otras muchas investigaciones sobre el tema.

Finalmente, completan este número de *Contratexto* cuatro artículos en la sección Tendencias. Desde Brasil, “O uso das *affordances* dos dispositivos móveis para a oferta de notícias: uma análise dos aplicativos de jornais latino-americanos”, de Erivelto Amarante; “Discursos de preconceito de gênero em publicações da mídia e sua relação com a construção da imagem da ex-presidenta do Brasil Dilma Rousseff”, de Rosiane Alves Palacios, Carolina Freddo Fleck y Márcia Vanessah Pacheco Abbondanza; y “La telenovela brasileña y Mijaíl Bajtín: extraposición, autoría y géneros discursivos en análisis”, de Anderson Lopes da Silva. Así también, desde España, “El cine como metodología didáctica. Análisis sistemático de la literatura para un aprendizaje basado en el cine (ABC)”, de Silvia Díaz Herrero y Manuel Gértrudix Barrio.

¡Buena lectura!

Pamela Paz García
 Editora adjunta
 IIPsi CONICET y UNC, Argentina

María Mendoza Michilot
 Editora adjunta
 Universidad de Lima, Perú

Fábio Pereira
 Editor adjunto
 Universidade de Brasília, Brasil

REFERENCIAS

- Arboccó, M. (14 de marzo del 2021). La pandemia ha venido a sumarle más miedo a una sociedad ya asustada. *El Comercio*, p. 12.
- Bastard, I. (2019). Coder/décoder/decoder. La construction sociale de la réception des informations sur Facebook. *Terminal*, 124, 125-126. <http://dx.doi.org/10.4000/terminal.5292>

- Cavero, G. (2013). Reseña: *La mentira os hará libres. Realidad y ficción en la democracia*, de Fernando Vallespín Oña. *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 143, 136-139.
- Corbella, J. M. (2010). La nueva ecología del audiovisual: nuevos actores, viejos y nuevos problemas. *Quaderns del CAC* 34, 13(1), 37-45. Recuperado de https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q34_Corbella_ES.pdf
- Djakouane, A., y Segré, G. (2017). La réception du spectacle vivant: un défi pour les sciences sociales. *Terrains/Théories*, 7. <https://doi.org/10.4000/teth.970>
- Eliasoph, N. (2003). Publics fragiles: une ethnographie de la citoyenneté dans la vie associative. En D. Cefaï y D. Pasquier (Eds.), *Le sens du public. Publics politiques, publics médiatiques* (pp. 225-268). París: PUF.
- Hernández, N. (2020). Narrativas transmedia: fantasías animadas de ayer y hoy. *Indivisa*, 20, 211-233.
- Martínez, F. (2020). Mirando pantallas: estudio sobre las audiencias en televisión e internet en tiempos de coronavirus. *Textual & Visual Media*, 13, 74-90. Recuperado de <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/268/192>
- Méadel, C. (2004). Public, cher inconnu! *Le Temps des Médias*, 3, 1836-1918.
- Neira, E., Clares-Gavilán, J., y Sánchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: the second life of Money heist on Netflix as a case study. *Profesional de la Información*, 30(1), e300113. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>.
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. convergers: textual privilege, boundary work, and the journalist-audience relationship in the commenting policies of online news sites. *Convergence*, 16(1), 125-143.
- Singer, J. B., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., ... Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers*. John Wiley & Sons.

DOSIER



WHATSAPP, COMUNICACIÓN MÓVIL Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA: UN ESTUDIO CUANTITATIVO EN ECUADOR

MARCOS ZUMÁRRAGA-ESPINOSA*

Universidad Politécnica Salesiana
mzumarraga@ups.edu.ec

Recibido: 7/9/2020 Aceptado: 28/1/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4839>

RESUMEN. Este trabajo explora la relación entre distintos usos políticos de WhatsApp y los comportamientos de participación política en el contexto ecuatoriano. Con el propósito de lograr un entendimiento más detallado, la participación política se clasificó en tres modos de acción específicos: *offline* convencional, *offline* protesta y *online*. Por su parte, el uso político de la aplicación se desagregó en tres tipos: (a) consumo de información política, (b) expresión y discusión política, y (c) contacto con grupos políticos *online*. A partir de los datos de encuestas aplicadas en el Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) en el 2018, los análisis de regresión múltiple desarrollados indican que el consumo de información política vía WhatsApp solo influye significativamente sobre las acciones de protesta política. Por el contrario, la expresión y la discusión política mediante esta aplicación móvil producen efectos movilizadores sobre todas las modalidades de participación analizadas. Efecto consistente que también se observa cuando WhatsApp se emplea para la interacción con grupos políticos *online*. En el apartado final se discuten los hallazgos del estudio tomando en cuenta la investigación previa en torno a los efectos democráticos de esta aplicación.

PALABRAS CLAVE: WhatsApp / participación política *offline* / participación política *online* / comunicación política móvil / Ecuador

* Magíster en Gestión Pública por el Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador (véase: <https://orcid.org/0000-0001-9930-9005>).

WHATSAPP, MOBILE COMMUNICATION AND POLITICAL PARTICIPATION: A QUANTITATIVE STUDY FROM ECUADOR

ABSTRACT. This work explores the relationship between the different political uses of WhatsApp and the political participation behaviors in the Ecuadorian context. With the purpose of achieving a more detailed understanding, political participation was classified into three specific modes of action: offline conventional, offline protest and online. On the other hand, the political use of WhatsApp was classified into three types: a) consumption of political information, b) political expression and discussion, and c) contact with online political groups. Using survey data collected in the Metropolitan District of Quito (Ecuador) in 2018, multiple regression analyses indicate that the consumption of political information via WhatsApp only significantly influences political protest actions. On the contrary, the political expression and discussion through this mobile application produce mobilizing effects on all the analyzed participation forms: a consistent effect also observed when WhatsApp is used for interaction with online political groups. The final section discusses the findings of the study taking into account the previous research on the democratic effects of WhatsApp.

KEYWORDS: WhatsApp / offline political participation / online political participation / mobile political communication / Ecuador

WHATSAPP, COMUNICAÇÃO MÓVEL E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA: UM ESTUDO QUANTITATIVO EM NO EQUADOR

RESUMO. Este trabalho analisa a relação entre diferentes usos políticos do WhatsApp e os comportamentos de participação política no contexto equatoriano. Para um entendimento mais detalhado, a participação política foi classificada em três modos específicos de ação: *offline* convencional, protesto *offline* e *online*. Por sua vez, o uso político do WhatsApp foi dividido em 3 tipos: a) consumo de informação política, b) expressão e discussão política, e c) contato com grupos políticos *online*. Usando dados de pesquisas aplicadas no Distrito Metropolitano de Quito (Equador) em 2018, as análises de regressão múltipla desenvolvidas indicam que o consumo de informações políticas via WhatsApp influencia significativamente nas ações de protesto político. Contudo, a expressão e a discussão política através desta aplicação móvel produzem efeitos mobilizadores em todas as modalidades de participação analisadas. Efeito consistente que também é observado quando o WhatsApp é usado para interagir com grupos políticos *online*. A seção final discute os resultados do estudo, levando em consideração pesquisas anteriores sobre os efeitos democráticos do WhatsApp.

PALAVRAS-CHAVE: WhatsApp / participação política *offline* / participação política *online* / comunicação política móvel / Equador

INTRODUCCIÓN

La evolución del escenario democrático contemporáneo ha estado acompañada por la creciente popularidad y relevancia de las tecnologías de comunicación digital como herramientas de acción y deliberación política (Boulianne, 2015; Fenton y Barassi, 2011). La web 2.0 ha originado plataformas digitales como Facebook, Twitter o YouTube, que permiten a los usuarios ser simultáneamente consumidores y productores de contenidos políticos (Effing *et al.*, 2011), además de posibilitar la expresión de puntos de vista y opiniones políticas a través de publicaciones o conversaciones por chat en espacios altamente interactivos e interconectados (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014). En el caso de los activistas, candidatos u organizaciones políticas, las redes sociales reducen el costo y facilitan la difusión a gran escala de información movilizadora, como invitaciones o convocatorias para participar en actividades políticas *online* u *offline* (Theocharis *et al.*, 2015).

En el ámbito de la comunicación móvil, las posibilidades clásicas, centradas en la realización de llamadas y el intercambio de mensajes de texto, han experimentado un importante salto hacia adelante gracias al surgimiento del teléfono inteligente o *smartphone*. Así, aplicaciones móviles de redes sociales como Facebook o Twitter permiten que los usuarios de *smartphones* accedan a los servicios de estas plataformas, también disponibles vía computadoras portátiles o de escritorio. Por otro lado, aplicaciones de mensajería instantánea (AMI) como WhatsApp, Messenger o Snapchat, nativas de dispositivos móviles, se presentan como una evolución de las funciones iniciales de la telefonía celular, incorporando prestaciones que, en muchos casos, resultan muy similares a aquellas aportadas por las plataformas de redes sociales, especialmente en lo que respecta a publicación de contenidos y puntos de vista, transferencia de información y creación de grupos *online* (Gazit y Aharony, 2018; Quan-Haase y Young, 2010). Desde una perspectiva política, los usuarios de dispositivos móviles se desenvuelven en un escenario de "intermedialidad", siendo capaces de crear su propia experiencia de comportamiento político digital mediante la integración de varias plataformas, empleando tanto AMI como redes sociales (Valeriani y Vaccari, 2018).

Al abordar las implicaciones democráticas de la comunicación móvil, parte importante de la investigación que ha explorado la relación entre el uso de dispositivos móviles y la participación política lo ha hecho como resultado de análisis focalizados en el rol político de las redes sociales, contemplando la versión móvil de estas plataformas al momento de operacionalizar sus distintos usos (Chan *et al.*, 2017; Hopke *et al.*, 2016; Pang, 2018; Yamamoto *et al.*, 2015). Sin embargo, la literatura reciente sobre AMI y comportamiento político ha resaltado la necesidad de estudiar de manera más específica estas tecnologías de comunicación móvil, puesto que ofrecen posibilidades diferenciadas con respecto a las redes sociales (Valenzuela *et al.*, 2019). Si bien tanto las AMI como las aplicaciones móviles de redes sociales posibilitan que las dinámicas de comunicación política se desarrollen durante el movimiento físico (distinguiéndolas de otros canales

como, por ejemplo, la comunicación mediada por computadora, telefonía fija, etcétera) (Campbell y Kwak, 2011), las primeras poseen una clara orientación conversacional, además de configurar espacios de comunicación más privados, cerrados y controlados (Gil de Zúñiga *et al.*, 2019; Valeriani y Vaccari, 2018).

WhatsApp es en la actualidad la AMI más utilizada alrededor del mundo (We Are Social y Hootsuite, 2020), que se caracteriza por brindar funciones de conversación, mensajería instantánea y publicación de contenidos multimedia mediante el formato de “estados” o listas de difusión. Los usuarios también cuentan con la alternativa de crear o ser añadidos a grupos para el tratamiento de temáticas específicas (WhatsApp, 2020). Al igual que el resto de las AMI, WhatsApp proporciona condiciones de comunicación más controladas, que favorecen una interacción más selectiva con usuarios individuales y grupos claramente definidos, con prestaciones como conocer quiénes han leído los mensajes enviados y en qué momento, tiempos limitados para la visibilidad de los estados publicados, entre otras (Campbell y Kwak, 2011; Karapanos *et al.*, 2016; Valeriani y Vaccari, 2018). De esta manera, los usuarios pueden dimensionar de modo más eficaz las audiencias que estarán expuestas a sus mensajes. Asimismo, existe una clara preferencia hacia esta plataforma en términos conversacionales, pues se considera como un medio más directo y fácil para mantenerse en contacto, intercambiar mensajes y discutir sobre distintas cuestiones con otros (Church y De Oliveira, 2013; Rubio-Romero y Perlado, 2015). Por último, resalta el papel que se ha asignado a WhatsApp como un mecanismo para mantener contacto frecuente con amigos, familiares y relaciones cercanas, emulando la función de aseguramiento, ligada a confirmar que vínculos cercanos y seres queridos se encuentran bien, la cual es propia del uso del teléfono tradicional (Campbell y Kwak, 2010). Al respecto, el estudio realizado por Church y De Oliveira (2013) sostiene que la utilización de WhatsApp promueve el sentido de comunidad entre sus usuarios. Esto puede explicarse debido a la interacción más cercana y personal que se asigna a esta plataforma, lo cual fomenta el sentimiento de conexión y pertenencia a un círculo social específico. Este efecto tiende a reforzarse gracias a la función de crear y unirse a grupos, que hace posible que los usuarios se mantengan en contacto con múltiples comunidades a la vez (O'Hara *et al.*, 2014).

No obstante, a pesar de la relevancia que WhatsApp ha alcanzado en el plano de la comunicación móvil, particularmente entre los más jóvenes, los aportes investigativos respecto a su impacto político siguen siendo relativamente más escasos en comparación con la literatura sobre redes sociales¹. Situando el análisis en la relación

1 Escenario que contrasta con el auge que, durante los últimos años y a nivel mundial, viene caracterizando al uso de AMI como WhatsApp para el consumo de noticias, en tanto que redes sociales como Facebook o Twitter han presentado un declive o estancamiento en dicho rubro. A partir del 2018, lugares como América Latina y Asia destacan por un fuerte posicionamiento de WhatsApp como fuente de consulta para noticias e información de naturaleza política (Newman *et al.*, 2018).

entre comunicación política móvil y participación política, resulta importante señalar que la investigación previa sobre medios de comunicación ha revelado de manera muy consistente el siguiente patrón: la forma en que el medio se usa importa, y los usos de carácter político favorecen el involucramiento individual en la esfera política de la vida social (Campbell y Kwak, 2010). Esto se ha demostrado empíricamente para medios como la televisión (Shah *et al.*, 2001), la prensa escrita (Scheufele y Nisbet, 2002), la radio (Hollander, 1995), la internet (Shah *et al.*, 2005; Shah *et al.*, 2007) y las redes sociales (Boulianne, 2015; Skoric *et al.*, 2016). En el caso de WhatsApp, el trabajo de Gil de Zúñiga *et al.* (2019) encontró, a partir de evidencia empírica longitudinal e internacional, que la discusión política a través de esta plataforma influye positivamente en la participación política *offline* de tipo convencional y protesta. Además, el estudio de Valenzuela *et al.* (2019), en el contexto chileno, marca entre sus hallazgos una relación positiva entre la participación política *offline* y el uso de WhatsApp para enviar mensajes políticos y compartir noticias sobre acontecimientos de actualidad. Los efectos de WhatsApp en la participación política *online*, entendida en sentido amplio (actividades políticas realizadas a través de internet de modo general), aún no se han indagado lo suficiente. En cuanto a sus usos políticos, queda por explorar la correspondencia entre categorías de uso político, como el consumo de información política, y la vinculación con grupos *online* de naturaleza política.

Con base en lo expuesto, el presente trabajo se propone, como objetivo general, estudiar la relación entre el uso político de WhatsApp y las conductas de participación política a nivel individual. Explorando, de modo más específico, el efecto de tres categorías de uso político de esta AMI: (a) informacional, (b) expresivo/discusión interpersonal y (c) contacto con grupos políticos *online*. Asimismo, la participación política se aborda en sus tres modalidades: *offline* convencional, *offline* protesta y *online*, con la finalidad de identificar posibles diferencias en el modo en que los patrones de uso político examinados se relacionan con cada tipo de activismo político. Asimismo, el caso de estudio abordado corresponde al contexto ecuatoriano, con información del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ).

En Ecuador, WhatsApp ha experimentado un importante posicionamiento como canal de comunicación digital para la ciudadanía. Según datos del Barómetro de las Américas (2018/2019) para el caso ecuatoriano (Moncagatta *et al.*, 2020), es la segunda plataforma digital con mayor cantidad de usuarios en la población en edad de votar, es decir, 16 años o más (60,2 %), siendo superada únicamente por Facebook (66,9 %). Este escenario contrasta con el panorama regional de América Latina y el Caribe, en donde WhatsApp se sitúa como la plataforma más usada (64,4 %). Cabe destacar que, en términos de frecuencia de uso, supera a Facebook y Twitter, siendo utilizada a diario por un 82,3 % de sus usuarios. Por otra parte, el 33,4 % de los usuarios de WhatsApp emplea esta plataforma para ver información política de manera regular (entre diariamente y

algunas veces a la semana), ubicándose ligeramente por arriba del 32,1 % registrado a nivel regional.

REVISIÓN DE LITERATURA

Como se ha señalado previamente, la investigación en torno a los antecedentes y los efectos del uso político de las AMI sigue siendo escasa. No obstante, existe un amplio repertorio de estudios sobre el impacto de la comunicación digital en el comportamiento político individual, los cuales han situado el foco de atención en redes sociales como Facebook o Twitter (Boulianne, 2020). En este sentido, y tomando en cuenta las particularidades de WhatsApp, se aprovechará el conocimiento acumulado por la literatura sobre redes sociales para abordar teóricamente las relaciones de interés que el presente trabajo se ha propuesto explorar.

Los hallazgos metanalíticos efectuados hasta el momento han mostrado que la capacidad de movilización política de las plataformas digitales depende en buena medida del tipo de actividades que realicen sus usuarios. En consecuencia, aquellos usuarios que emplean sus redes sociales de manera política cuentan con una mayor predisposición para adoptar conductas de participación política (Boulianne, 2015; Boulianne y Theocharis, 2020; Skoric *et al.*, 2016). Los usos políticos que han sido abordados en gran parte de la literatura incluyen el consumo de información política y noticias duras, la expresión de opiniones políticas y la discusión con otros sobre cuestiones políticas o de interés público (Baek, 2015; Campbell y Kwak, 2011; Skoric y Zhu, 2016; Valenzuela *et al.*, 2012; Zumárraga-Espinosa *et al.*, 2017). Varios trabajos han profundizado en las interacciones entre estas actividades detectando que tanto la expresión como la discusión política pueden operar como mediadores (e incluso moderadores) que refuerzan la relación entre el uso informacional de las redes sociales y la participación (Cho *et al.*, 2009; Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Jung *et al.*, 2011; Yamamoto *et al.*, 2015). Aunque sus efectos se han estudiado en menor medida, las redes sociales también permiten funciones de contacto y seguimiento de agrupaciones políticas y movimientos sociales (Conroy *et al.*, 2012).

La relación entre el uso informacional de los medios de comunicación y el comportamiento político ha sido un tópico ampliamente estudiado en el campo de la comunicación política. Desde la perspectiva teórica de usos y gratificaciones, los medios son empleados de manera consciente por los individuos para cuatro motivos específicos: diversión, utilidad social, identidad personal y vigilancia (Katz y Gurevitch, 1974). El motivo vigilancia se refiere al consumo de información con el propósito de conocer sobre los acontecimientos actuales, los asuntos políticos y las problemáticas de interés público (Ruggiero, 2000). En este sentido, las investigaciones empíricas efectuadas muestran que la búsqueda y revisión de noticias duras se conecta positivamente con aspectos como el compromiso cívico y la participación política. Estos efectos movilizados han

podido verificarse en diferentes medios tradicionales, como la televisión o la prensa escrita (Shah *et al.*, 2007). Evidencia reciente indica que el uso informacional de los nuevos medios sociales también estimula el comportamiento político de los usuarios, tanto en el plano *offline* (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Valenzuela, 2013; Yamamoto *et al.*, 2015) como *online* (Park y Karan, 2014). Con respecto a las explicaciones proporcionadas, los hallazgos realizados a partir de diferentes modelos teóricos de mediación comunicacional coinciden en señalar que la influencia de los usos informacionales sobre la participación se produce en parte gracias a la mediación de procesos de razonamiento y aprendizaje político (Eveland, 2001).

Si bien WhatsApp posibilita el intercambio de información entre sus usuarios, la interacción interpersonal tiende a ocurrir principalmente a través de la conversación y la expresión de ideas o puntos de vista sobre múltiples asuntos. Los efectos democráticos de la discusión y la expresión política han sido estudiados desde varios enfoques teóricos. La teoría de las ganancias diferenciales propone que la discusión sobre cuestiones de políticas o de interés público refuerzan los efectos cognitivos del consumo de información y noticias duras (Hardy y Scheufele, 2005). De esta manera, las personas que usan los medios por motivos de información y vigilancia se encuentran más propensas a adoptar conductas políticas si, además, mantienen discusiones políticas con otros de manera frecuente. Según el modelo O-S-R-O-R (orientación-estímulo-razonamiento-orientación-respuesta) planteado por Cho *et al.* (2009), la discusión política, sea que ocurra en el mundo real o a través de internet, opera como una forma de razonamiento que pone en marcha procesos de elaboración mental de varios tipos: reflexión sobre los contenidos receptados, anticipación a conversaciones futuras, composición de ideas para ser expresadas, o integración y entendimiento de los temas tratados. Como resultado de estos esfuerzos cognitivos, “los individuos que participan en discusiones interpersonales pueden usar conceptos complejos, hacer conexiones lógicas profundas entre ellos y crear argumentos coherentes y razonados” (Jung *et al.*, 2011, p. 411). Del mismo modo, la discusión política permite entrar en contacto con las opiniones y conocimientos de otras personas, lo cual ayuda a consolidar y replantear el pensamiento político propio (Pingree, 2007; Eveland, 2004). Por lo tanto, la naturaleza deliberativa de la discusión política fortalece las actitudes y el conocimiento político individual, elevando la predisposición para intervenir en acciones políticas (Jung *et al.*, 2011; Shah *et al.*, 2007).

Además de facilitar la discusión con otros, los medios sociales cuentan con condiciones muy favorables para la publicación de opiniones políticas, dotando a los usuarios de una audiencia permanentemente expuesta a sus comentarios y estados (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014; Fenton y Barassi, 2011). Esta propiedad hace posible difundir ideas a un costo mínimo y una escala funcional para el tamaño de la lista de contactos del usuario, tomando en cuenta, asimismo, los grupos a los que pertenece (Lupia y Sin, 2003; Theocharis *et al.*, 2015). Posibilidad que, a su vez, puede aprovecharse de manera más controlada en las

AMI como WhatsApp, gracias a particularidades como la visibilidad por tiempo limitado para las publicaciones realizadas como estados, el hecho de que los comentarios a los estados publicados solo puedan direccionarse de manera privada, la reciente imposibilidad de tomar captura a las publicaciones de otros usuarios, etcétera. En este sentido, la expresión política facilitada por redes sociales y AMI también activa procesos cognitivos y cambios actitudinales que conducen a la participación. Según el modelo de efectos bidireccionales del mensaje formulado por Pingree (2007), la expresión ejerce tres tipos de efectos sobre el emisor: efectos de las expectativas previas a la expresión, efectos de composición del mensaje y efectos de la emisión del mensaje. Estos componentes de la expresión involucran procesos mentales que estimulan la construcción y reconstrucción de pensamientos a partir de nuevas ideas, la creación de autopercepciones compatibles con las ideas expresadas, el compromiso con los puntos de vista generados y la sensación de ser escuchados. En conjunto, los efectos descritos pueden hacer que los individuos que se expresan pasen de ser observadores a participantes activos de la vida política (Gil de Zúñiga *et al.*, 2014). Por último, se espera que la naturaleza textual de las publicaciones en plataformas digitales refuerce el efecto movilizador de la expresión sobre la participación. Esto se debe a que los mensajes escritos demandan mayor esfuerzo de composición (Cho *et al.*, 2009) y propician conversaciones más orientadas hacia objetivos concretos que las comunicaciones verbales (Valenzuela, 2013).

La creación de grupos es una posibilidad presente en la mayoría de redes sociales y AMI; no obstante, la relación entre el uso político de esta herramienta y la participación política es un tema que ha recibido menor atención de parte de la literatura especializada. El estudio efectuado por Conroy *et al.* (2012) para el caso de Facebook sugiere que los grupos políticos *online* generan beneficios similares a los grupos *offline* a la hora de motivar la acción política, proporcionando información y condiciones favorables para que sus miembros se expresen e intercambien puntos de vista sobre diferentes cuestiones sociales o políticas. Por su parte, el rol de los grupos políticos creados en el marco de la aplicación móvil WhatsApp se mantiene aún inexplorado. Aunque los usuarios emplean WhatsApp especialmente para interactuar con su círculo social más cercano, la pertenencia a grupos conformados por otros usuarios puede potenciar los efectos movilizadores de la comunicación política. En primera instancia, el intercambio político entre una persona y sus vínculos fuertes fomenta el compromiso y la participación política (Gil de Zúñiga y Valenzuela, 2011; Wojcieszak, 2009). Sin embargo, existen posturas que afirman que la calidad de la discusión política aumenta a medida que los puntos de vista expresados sean más diversos (Druckman y Nelson, 2003). Esto ocurre gracias a los esfuerzos cognitivos que entran en juego al deliberar con personas que piensan de manera distinta; tal escenario no solo exige mayor dominio sobre los temas tratados y anticipación a posibles reacciones con el fin de formular argumentos más consistentes, sino que también permite entrar en contacto con conocimientos y perspectivas diferentes

(Eveland, 2004; Mutz, 2002; Pingree, 2007). Dada la alta selectividad social que posibilitan los medios sociales, la interacción directa de los usuarios se limita en mayor medida a aquellos usuarios con opiniones y formas de pensar similares. Esta tendencia hacia la homogeneidad podría resultar perjudicial para el aprendizaje y el desarrollo de la postura política individual (Campbell y Kwak, 2011). Ante esto los grupos políticos *online* ejercen un efecto compensador que incrementa las oportunidades de que una persona se exponga a puntos de vista más diversos, dado su limitado control sobre las expresiones generadas por el resto de usuarios (Bakshy *et al.*, 2015). En consecuencia, se esperaría que mientras mayor sea la frecuencia con la que un individuo se une e interviene en grupos políticos *online*, mayor será su predisposición a participar en actividades políticas.

Considerando los distintos tipos de conductas políticas que pueden desplegarse a través de medios sociales, la reciente literatura sobre WhatsApp ha centrado su atención principalmente en los efectos movilizadores producidos por el uso de esta AMI para fines como la divulgación de información política y la discusión política interpersonal (Gil de Zúñiga *et al.*, 2019; Valenzuela *et al.*, 2019). En contraste, posibilidades de WhatsApp como el consumo de información política o la vinculación a grupos *online* con orientación política, y su relación con la participación política, aún no se han explorado lo suficiente.

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA

El concepto de participación política engloba aquellas actividades desarrolladas por la ciudadanía con el propósito de influir en el proceso político. En el presente trabajo, el abordaje de la participación política toma en consideración la extensa literatura a favor de una diferencia entre su modalidad *online* y *offline* (Gibson y Cantijoch, 2013; Kim *et al.*, 2017; Oser *et al.*, 2013; Nam, 2012). Asimismo, el activismo *offline* puede subdividirse en acciones de tipo convencional y protesta. La participación convencional hace referencia a las acciones políticas, consideradas como legítimas y normales, que se canalizan a través de los agentes representativos, dinámicas electorales y mecanismos institucionales establecidos por el sistema político (Ekman y Amnå, 2012; Oñate, 2005). En contraste, las formas de protesta política se caracterizan por distanciarse en mayor o menor medida de la participación institucionalizada y los procedimientos democráticos tradicionales, pudiendo incluso rebasar los límites de la legalidad en ciertos casos (DiGrazia, 2014; Somuano, 2005).

Por último, la categoría de participación política *online* se refiere a las acciones políticas efectuadas a través de internet de manera general, incluyendo formas participativas que cuentan con una contraparte *offline* (donación de dinero para fines políticos a través de internet, contacto *online* con actores políticos o funcionarios públicos, promover candidatos u organizaciones políticas mediante el uso de herramientas digitales, etcétera) y conductas políticas nativas del entorno *online*, como escribir blogs políticos o el

activismo político ejercido vía redes sociales (Gibson y Cantijoch, 2013). Además, tomando en cuenta la tesis de la “actualización” planteada por Krueger (2002), que aboga por una conceptualización más amplia de la participación política *online*, también se contemplan actividades políticas de tipo informacional y expresivo. Según la tesis de la “actualización”, a pesar de que consumir noticias duras o discutir con otros sobre política pueden considerarse como formas pasivas, o preparticipativas, de involucramiento político en el ámbito *offline*, la esfera digital permite que dichos actos adquieran un carácter mucho más activo y participativo.

Con base en la revisión de literatura efectuada, y considerando las particularidades contextuales del caso ecuatoriano, el presente trabajo se plantea las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se relaciona el uso político informacional de WhatsApp con la participación política en sus diferentes modalidades?
2. ¿En qué medida el uso de WhatsApp para la expresión y la discusión política se relaciona con las modalidades de participación política?
3. ¿Cuál es la relación entre el uso de WhatsApp para el contacto con grupos políticos y las formas de participación política?

METODOLOGÍA

El estudio empírico se efectuó a partir de una muestra de 1520 participantes radicados en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), Ecuador. Se efectuó un muestreo no probabilístico estableciendo cuotas por género y administración zonal con el propósito de lograr mayor representatividad de la población quiteña. El 49,7 % de la muestra estuvo compuesto por mujeres. Contemplando las administraciones zonales del DMQ, el proceso de recolección de datos se distribuyó geográficamente según las siguientes cuotas: 14,1 % de los participantes pertenecen a la administración zonal La Delicia, 5,7 % a Calderón, 22,9 % a Eugenio Espejo, 12,8 % a Manuela Sáenz, 20,3 % a Eloy Alfaro, 10,9 % a Quitumbe, 7,2 % a Tumbaco y 6,1 % a Los Chillos. Dichas cuotas se establecieron de acuerdo con el peso relativo de cada administración zonal en términos de población en edad de votar (16 años o más).

La edad promedio se situó en 31,9 años (DT = 13,0). El grado máximo de estudios que han cursado los participantes presenta la siguiente distribución: 0,3 % sin instrucción formal, 4 % primaria, 10,5 % secundaria, 29,8 % bachillerato, 21,2 % universidad y 3,5 % posgrado. Los ingresos familiares se registraron mediante intervalos que van desde “385 USD o menos” hasta “3474 USD o más”; la moda se ubicó en el segmento de “386 hasta 771 USD” (27,4 %). Resulta pertinente subrayar que esta muestra se encuentra

sobrerrepresentada por la población más joven², que es el grupo de edad que precisamente se encuentra más propenso a utilizar WhatsApp en Ecuador. Este aspecto debe tomarse en consideración al evaluar las limitaciones del estudio en cuanto a generalización de resultados, pues, dado el perfil muestral analizado, es más probable que los hallazgos producidos sean representativos del segmento más joven de la ciudadanía.

Los datos utilizados proceden de la Encuesta General de Opinión y Participación Política desarrollada y aplicada periódicamente por el Grupo de Investigaciones Psicosociales de la Universidad Politécnica Salesiana (GPS-UPS). El registro de información tuvo lugar durante el segundo cuatrimestre del 2018 con la ayuda de estudiantes universitarios. Las encuestas se aplicaron de manera autoadministrada. Los participantes colaboraron en el estudio de manera voluntaria y anónima, siendo debidamente informados sobre los protocolos de confidencialidad para el manejo de los datos recolectados.

Variables dependientes

En el marco de la participación política *offline* se realizaron mediciones diferenciadas de la modalidad convencional y protesta. La *participación política convencional* se evaluó por medio de 8 ítems relacionados con actividades participativas que pueden llevarse a cabo por las vías institucionales y representativas que normalmente están disponibles en regímenes democráticos, entre estas están firmar peticiones escritas con el objetivo de influir en la política; asistir a marchas, manifestaciones o movilizaciones colectivas legales y pacíficas; asistir a una reunión o debate político; colaborar con otras personas del barrio o sector para resolver problemas locales; donar dinero o recolectar fondos con fines políticos, contactar o aparecer en los medios de comunicación para expresar puntos de vista sobre asuntos políticos o de interés público; contactar o intentar ponerse en contacto con un político o funcionario público para expresar puntos de vista (sea personalmente o vía carta escrita). El *comportamiento de protesta política* se midió a través de 6 ítems que corresponden a las siguientes actividades políticas de carácter extrainstitucional: participar en huelgas o manifestaciones no autorizadas, rehusar pagar impuestos; bloquear el tráfico; participar en la ocupación de edificios públicos; boicotear o deliberadamente comprar ciertos productos por razones éticas, ambientales o económicas; tomar parte en protestas colectivas.

En el caso de la *participación política online* se incluyeron 14 ítems sobre conductas políticas individuales que pueden tener lugar en internet, entre estas: leer o publicar

2 Según estimaciones del año 2018, tomando en cuenta la población quiteña en edades de 20 años o más, una proporción aproximada del 26 % correspondía al grupo de edad de 20 a 29 años. Mientras que, para la muestra, dicho grupo de edad representa alrededor del 49 % del total de participantes con 20 años o más (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018).

comentarios en blogs, redes sociales o páginas web relacionadas con la política; contactar con algún político o funcionario público a través de internet; leer noticias de carácter político en los sitios web de medios tradicionales; ver videos de YouTube relacionados con temas u organizaciones políticas; escribir un blog o tomar parte en foros digitales sobre temas políticos; visitar páginas web relacionadas con partidos políticos, campañas electorales o temáticas políticas; enviar o reenviar correos electrónicos, audios o videos sobre cuestiones políticas; discutir con otros sobre política en internet; intentar persuadir a alguien para que apoye o se oponga a un proyecto político o candidato a través de internet; hacer trabajos, utilizando herramientas y aplicaciones de internet para promover un partido político, figura o iniciativa política; recolectar o contribuir con dinero a organizaciones o iniciativas políticas mediante internet; firmar o recolectar firmas para una petición o propuesta a través de internet; suscribirse a sitios web para recibir información de carácter político o de interés público.

Los ítems midieron la frecuencia de realización de cada actividad a partir de una escala de valoración de 5 puntos con las siguientes opciones de respuesta: 1 ("Nunca lo he hecho y nunca lo haría bajo ninguna circunstancia"), 2 ("No lo he hecho, pero podría hacerlo"), 3 ("Lo he hecho una o muy pocas veces"), 4 ("Lo he hecho algunas veces"), 5 ("Lo he hecho muchas veces"). Los puntajes de cada conjunto de ítems se sumaron para la construcción de índices aditivos de participación política convencional [$M = 14,06$; $DT = 5,48$; $\alpha = 0,87$] y protesta [$M = 8,77$; $DT = 4,12$; $\alpha = 0,89$] en el plano *offline*, así como de participación *online* [$M = 26,06$; $DT = 10,12$; $\alpha = 0,92$].

Variable independiente

Para la medición del uso político de WhatsApp se contemplaron 8 ítems asociados con distintas actividades políticas que los usuarios pueden efectuar a través de esta aplicación móvil. Estas conductas se clasificaron en tres tipos: (a) consumo de información política mediante la recepción de imágenes, videos, enlaces, noticias u otros tipos de contenidos (1 ítem); (b) expresión de opiniones y discusión de asuntos políticos con otros usuarios, ya sea vía comentarios o respuestas a estados y publicaciones, compartiendo contenidos o manteniendo conversaciones por chat³ (4 ítems); y (c) creación, adhesión

3 Aunque la categoría de expresión política *online* suele abarcar tanto la publicación de *posts* como la conversación con otros usuarios (Rojas y Puig-i-Abril, 2009; Yamamoto *et al.*, 2015), cabe resaltar la existencia de ciertas diferencias entre estos dos tipos de comportamientos. Por un lado, la publicación de puntos de vista a través de plataformas está orientada hacia la *transmisión de mensajes* a audiencias específicas, dependiendo de las listas de contactos del usuario. En redes sociales, estos *posts* pueden derivar o no en discusiones visibles públicamente como producto de comentarios posteados por otros usuarios. Sin embargo, AMI como WhatsApp permiten un mayor control de estas situaciones, impidiendo que los estados publicados puedan comentarse de manera pública. Por otra parte, la discusión interpersonal está centrada en el *intercambio de ideas* con otros usuarios, sea de manera individual o al interior de grupos *online*, teniendo desde un inicio una naturaleza

o contacto con grupos formados para el tratamiento de cuestiones de interés público, asuntos electorales o la promoción de ideas y proyectos políticos (3 ítems). Cada ítem contó con una escala de valoración de 5 puntos con las siguientes opciones de respuesta: 1 (“Nunca”), 2 (“A veces”), 3 (“Normalmente”), 4 (“Casi siempre”) y 5 (“Siempre”). Como resultado de la sumatoria de los ítems respectivos se obtuvieron índices aditivos para cada uso político de WhatsApp: consumo de información [$M = 1,69$; $DT = 0,99$], expresión y discusión política [$M = 6,19$; $DT = 3,06$; $\alpha = 0,90$], y contacto con grupos políticos [$M = 4,15$; $DT = 2,11$; $\alpha = 0,88$].

VARIABLES DE CONTROL

La selección de las variables de control se fundamentó en el modelo del voluntarismo cívico desarrollado por Verba *et al.* (1995), que es un aporte teórico utilizado frecuentemente por la literatura para explicar tanto la participación política *offline* como *online*. Según este modelo, la participación política se encuentra determinada por tres factores fundamentales: recursos, actitudes y reclutamiento. Los ingresos familiares y el nivel de educación actúan como indicadores de disponibilidad de recursos. Se contemplaron tres actitudes políticas: (a) la eficacia política interna se midió a partir de la escala de 4 ítems formulada por Niemi *et al.* (1991), considerando la adaptación efectuada por Zumárraga-Espinosa (2020) [$M = 10,30$; $DT = 3,42$; $\alpha = 0,81$]; (b) el interés en la política se cuantificó a través de un ítem con opciones de respuesta que varían desde 1 (“Nada interesado”) hasta 4 (“Muy interesado”) [$M = 1,34$; $DT = 0,91$]; (c) la ideología política se evaluó mediante una escala de autopoicionamiento que va desde 1 (“Izquierda”) hasta 10 (“Derecha”) [$M = 5,28$; $DT = 2,09$]. Por último, el contacto con los estímulos movilizados producidos por organizaciones políticas y movimientos sociales se midió a través de la pertenencia a este tipo de agrupaciones. Al respecto se consultó la relación de los participantes con nueve agrupaciones de naturaleza política, como partidos políticos, sindicatos, organizaciones ambientalistas, entre otras. Para las respuestas se empleó una escala de valoración con las siguientes opciones de respuesta: 1 (“Nunca he sido miembro”), 2 (“Fui miembro en el pasado”), 3 (“Soy miembro, pero no participo”); 4 (“Soy miembro y participo activamente”). El índice de pertenencia a grupos políticos se calculó mediante la sumatoria de los puntajes de cada respuesta [$M = 10,80$; $DT = 3,82$; $\alpha = 0,89$]. El sexo y la edad también se incluyen como controles.

bidireccional. Sin embargo, para los fines de esta investigación, tanto la publicación de opiniones como la conversación política se conciben como parte de la misma variable “expresión/discusión”, dado que implican la adopción de un rol activo en la comunicación política mediada por WhatsApp.

RESULTADOS

Las preguntas de investigación se abordaron empíricamente a partir de regresiones jerárquicas por bloques. De esta manera se evalúa la relación entre los usos políticos de WhatsApp y cada modo de participación política incorporando el efecto producido por las variables de control. Asimismo, la construcción de modelos de regresión sucesivos permite desagregar la contribución explicativa realizada por cada componente del modelo del voluntarismo cívico y el bloque de conductas políticas correspondientes a esta AMI. La estimación de parámetros se efectuó a través del método de mínimos cuadrados ordinarios. La tabla 1 presenta las regresiones relativas a la participación política *offline* de tipo convencional. Se observa que el uso de WhatsApp para expresar y discutir cuestiones políticas se relaciona positivamente con la participación convencional ($\beta = 0,263$; $p < 0,001$), efecto movilizador que también se produce cuando esta plataforma se emplea para crear, seguir o interactuar con grupos de naturaleza política ($\beta = 0,222$; $p < 0,001$). Contrariamente, el consumo de información política a través de WhatsApp no constituye un predictor significativo. Las variables de control explican el 27,6 % de la variabilidad de la participación convencional, mientras que el peso explicativo de los usos políticos de WhatsApp se sitúa en 16,6 %.

Tabla 1
Análisis de regresión de la participación política offline, modalidad convencional

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Recursos/características demográficas				
Sexo (masculino)	0,063*	0,041	0,039	0,021
Edad	-0,025	-0,055*	-0,069**	-0,009
Ingresos familiares	0,054*	0,015	0,020	-0,001
Educación	0,041	-0,010	-0,003	0,014
R^2	1,2 %			
Actitudes políticas				
Eficacia política interna		0,234***	0,191***	0,139***
Interés en la política		0,215***	0,181***	0,119***
Ideología política		-0,026	-0,039	-0,039*
R^2		13,5 %		
Reclutamiento				
Pertenencia a grupos políticos <i>offline</i>			0,386***	0,181***
R^2			27,6 %	
Uso político de WhatsApp				
Consumo de información				0,019

(continúa)

(continuación)

Expresión/discusión	0,263***
Contacto con grupos políticos <i>online</i>	0,222***
R^2	44,2 %

Nota. Se presentan los coeficientes de regresión estandarizados (β). * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Elaboración propia, basada en los datos recolectados por el GIPS-UPS en Quito, Ecuador, entre junio y julio del 2018.

El análisis de regresión jerárquica correspondiente a la participación política *offline* de tipo protesta se muestra en la tabla 2. Los resultados sugieren que la protesta política se conecta significativamente con todos los usos políticos de WhatsApp contemplados en el estudio. Así, quienes emplean con mayor frecuencia esta plataforma para la revisión de contenidos políticos y noticias de interés público se encuentran más predispuestos a involucrarse en actividades de protesta política ($\beta = 0,063$; $p < 0,05$). Situación similar ocurre con el uso de WhatsApp para la expresión de opiniones o la discusión política interpersonal ($\beta = 0,100$; $p < 0,05$). Cabe resaltar que las conductas de WhatsApp asociadas con la creación, seguimiento y contacto con grupos políticos *online* son las que impactan con mayor fuerza sobre los comportamientos individuales de protesta ($\beta = 0,285$; $p < 0,001$). La varianza explicada por el bloque de usos políticos de WhatsApp es del 12,7 %.

Tabla 2
Análisis de regresión de la participación política *offline*, modalidad protesta

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Recursos/características demográficas				
Sexo (masculino)	0,068**	0,058*	0,055*	0,041*
Edad	-0,109***	-0,121***	-0,137***	-0,086***
Ingresos familiares	-0,016	-0,040	-0,034	-0,055*
Educación	0,026	0,005	0,014	0,029
R^2	1,8 %			
Actitudes políticas				
Eficacia política interna		0,110***	0,057*	0,016
Interés en la política		0,119***	0,077**	0,030
Ideología política		0,010	-0,007	-0,009
R^2		5,1 %		
Reclutamiento				
Pertenencia a grupos políticos <i>offline</i>			0,473***	0,291***
R^2			26,8 %	
Uso político de WhatsApp				

(continúa)

(continuación)

Consumo de información	0,063*
Expresión/discusión	0,100*
Contacto con grupos políticos <i>online</i>	0,285***
R^2	39,5 %

Nota. Se presentan los coeficientes de regresión estandarizados (β). * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Elaboración propia, basada en datos recolectados por el GIPS-UPS en Quito, Ecuador, entre junio y julio del 2018.

Los resultados con respecto a la participación política *online* son similares a aquellos obtenidos en el caso de la participación *offline* de tipo convencional (véase la tabla 3). El uso informacional de WhatsApp no se asocia de modo significativo con la participación *online*. Por su parte, los usos expresivos ($\beta = 0,288$; $p < 0,001$) y de contacto con grupos políticos *online* ($\beta = 0,219$; $p < 0,001$) efectivamente influyen sobre las conductas políticas adoptadas de forma general a través de internet. Sin embargo, las acciones centradas en la expresión y la discusión sobre tópicos políticos o de interés público muestran un efecto movilizador ligeramente superior. En su conjunto, los predictores empleados tienen mayor capacidad para explicar la participación *online* ($R^2 = 48,0 \%$) que la participación *offline* en su modalidad convencional ($R^2 = 44,2 \%$) o protesta ($R^2 = 39,5 \%$). Esto también aplica para los usos políticos de WhatsApp, contribuyendo a explicar el 18,9 % de las variaciones de la participación política *online*.

Tabla 3
Análisis de regresión de la participación política online

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Recursos/características demográficas				
Sexo (masculino)	0,052*	0,035	0,033	0,014
Edad	-0,148***	-0,164***	-0,175***	-0,110***
Ingresos familiares	0,043	-0,003	0,000	-0,022
Educación	0,094**	0,036	0,041	0,059**
R^2	4,2 %			
Actitudes políticas				
Eficacia política interna		0,184***	0,148***	0,094***
Interés en la política		0,306***	0,278***	0,211***
Ideología política		0,019	0,008	0,009
R^2		19,4 %		

(continúa)

(continuación)

Reclutamiento		
Pertenencia a grupos políticos <i>offline</i>	0,317***	0,100***
R^2	29,1 %	
Uso político de WhatsApp		
Consumo de información		0,030
Expresión/discusión		0,288***
Contacto con grupos políticos <i>online</i>		0,219***
R^2		48,0 %

Nota. Se presentan los coeficientes de regresión estandarizados (β)* $p < 0.05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Elaboración propia, basada en los datos recolectados por el GIPS-UPS en Quito, Ecuador, entre junio y julio del 2018.

DISCUSIÓN

La investigación efectuada tiene el propósito de aportar conocimiento con respecto a los efectos democráticos de la comunicación política móvil vía AMI, abordando específicamente el caso de WhatsApp en el contexto ecuatoriano. Los hallazgos empíricos muestran que el uso político de WhatsApp ejerce efectos movilizadores sobre la participación política en todas las dimensiones analizadas: *offline* convencional, *offline* protesta y *online*. No obstante, existen particularidades al desagregar dicha influencia según el tipo de conductas políticas desarrolladas a través de esta aplicación. A diferencia de su uso para el consumo de información política (que solo conecta con la participación *offline* protesta), los usos centrados en la expresión de opiniones y la discusión política interpersonal impactan de manera consistente sobre todas las dimensiones de la participación política. Esto, además de coincidir con hallazgos reportados previamente en la limitada literatura sobre el uso político de WhatsApp (Gil de Zúñiga *et al.*, 2019; Valenzuela *et al.*, 2019), respaldaría los planteamientos teóricos del modelo de mediación cognitiva propuesto por Eveland (2001). Según este modelo, aspectos como la atención y el procesamiento de información son condicionantes clave para que los actos individuales de comunicación política fomenten efectivamente el aprendizaje político, lo cual a su vez promueve la participación política. En cuanto a efectos de la discusión política, Eveland (2004) concluye que tanto las elaboraciones mentales previas como aquellas que emergen al momento de discutir con otros influyen positivamente sobre el conocimiento político, al obtenerse menor respaldo empírico al evaluar únicamente la exposición a información política producto del intercambio de argumentos y puntos de vista.

Conjuntamente, el efecto movilizador aportado por la expresión de puntos de vista y opiniones políticas puede interpretarse a la luz del modelo de “efectos bidireccionales del mensaje” de Pingree (2007), el cual sostiene que cuando el individuo pasa de receptor a emisor de mensajes políticos se desencadena una serie de mecanismos que puede estimular no solo el aprendizaje político, sino también actitudes y estados emocionales más favorables para la participación política. Tales mecanismos van desde la expectativa previa a la expresión, que refuerza la atención hacia la información recibida y su retención en la memoria para ser procesada al momento de formular opiniones, hasta los esfuerzos de composición que demandan replantear ideas y creencias, así como explorar nueva información, a fin de construir argumentos más robustos. El mensaje una vez emitido puede alterar la autopercepción política del individuo, pues los puntos de vista expresados pasan a integrar su autoconcepto, además de crear compromiso en torno a lo expresado por razones de coherencia. Al respecto, los hallazgos de Lee y Hsieh (2013) proponen la existencia de un efecto de consistencia entre las conductas políticas *online* y la posterior implicación en acciones participativas del mundo real. En otras palabras, cuando un usuario realiza actos políticos *online* asociados con algún tema o problemática específica, la necesidad de coherencia aumenta su predisposición a participar en actividades políticas *offline* sobre tópicos similares. Los argumentos expuestos sugieren que los procesos mentales conducentes hacia los comportamientos participativos se desarrollan en mayor medida cuando los individuos pasan de ser receptores pasivos de información a desempeñar un rol más activo en el proceso de comunicación política. Esto explicaría la estabilidad de los efectos movilizadores producidos por el uso de WhatsApp para la expresión y la discusión política.

Los resultados expuestos amplían la literatura sobre comunicación móvil, AMI y participación política al explorar los efectos democráticos de una plataforma relativamente poco estudiada hasta el momento como WhatsApp. Así, también se ha buscado profundizar en la relación entre las formas de participación política y las funciones de creación, seguimiento o contacto con grupos políticos ofrecidas por WhatsApp. Tópico que previamente solo había sido analizado en el caso de Facebook (Conroy *et al.*, 2012; Valenzuela *et al.*, 2009). Como pudo observarse, si bien el uso de WhatsApp para la interacción con grupos formados para el tratamiento de cuestiones políticas favorece todos los modos de participación contemplados, este efecto se intensifica cuando se trata de las actividades de protesta política. Cambio de patrón que adquiere sentido, puesto que factores como la construcción de experiencias colectivas y el acceso a información movilizadora poseen especial relevancia para la protesta política (Valenzuela *et al.*, 2012; Valenzuela, 2013). En este sentido, la capacidad de WhatsApp para generar sentido de comunidad (Church y De Oliveira, 2013) facilita la construcción de identidades colectivas en torno a cuestiones políticas concretas. Asimismo, la interconexión entre grupos políticos de WhatsApp y otros grupos *online* u *offline* que comparten intereses comunes eleva la probabilidad de entrar en contacto con información movilizadora, por

ejemplo, agendas de movilización, cronogramas, lugares de encuentro, convocatorias o peticiones para participar en acciones colectivas de protesta. De manera general los grupos políticos *online* también operan como espacios estimulantes para la expresión y la discusión política interpersonal entre sus miembros (Conroy *et al.*, 2012), lo cual puede potenciar la relación entre este tipo de conductas y la participación política.

Por último, los grupos *online*, como herramientas de los medios sociales, posibilitan que los usuarios se mantengan al tanto sobre lo que ocurre con el resto de miembros; además, el intercambio de información permanente promueve la confianza interpersonal, cuyo resultado es un incremento del capital social (Gil de Zúñiga *et al.*, 2012). Así, los hallazgos de Valenzuela *et al.* (2009) evidencian que la frecuencia con la que los usuarios interactúan con grupos de Facebook se asocia positivamente con sus niveles de capital social. A su vez, el capital social es un predictor importante de la participación política (Gil de Zúñiga *et al.*, 2012; Klesner, 2007). Dada la preferencia que las personas suelen asignar a WhatsApp como medio para interactuar con otros de manera directa, así como mantener un contacto más continuo y cercano con su círculo social (O'Hara *et al.*, 2014), podría esperarse que los grupos políticos creados a través de esta aplicación produzcan beneficios aún mayores en términos de capital social. Adicionalmente, resulta interesante señalar que la interacción con grupos políticos de WhatsApp y la pertenencia a grupos políticos *offline* ejercen efectos diferenciados sobre las formas de participación política, lo cual sugiere que la actividad al interior de agrupaciones políticas digitales cuenta con capacidad propia para favorecer la movilización política de sus miembros.

Resta decir que la intermitencia observada en los efectos movilizadores del consumo de información puede deberse a las características propias de WhatsApp, que es un espacio un tanto más limitado para compartir de forma detallada contenidos y noticias políticas, en comparación con Facebook o Twitter. No obstante, el hecho de que el único efecto significativo reportado corresponda a la modalidad de protesta apoya la idea de que WhatsApp, al configurar un espacio de comunicación más controlado, funciona como un medio más atractivo para la circulación de información movilizadora asociada con actividades políticas contenciosas (Gil de Zúñiga *et al.*, 2019).

Una limitación del estudio corresponde al uso de datos de corte transversal, por lo que se requieren posteriores investigaciones basadas en información longitudinal o diseños experimentales para confirmar de manera rigurosa la orientación causal de los resultados aquí expuestos, especialmente en cuanto a los hallazgos que no han sido previamente contemplados por la literatura sobre WhatsApp y sus implicaciones políticas. Además, considerando el perfil de la muestra utilizada, es probable que los resultados tengan mayor aplicabilidad para la población ecuatoriana más joven, y sea necesario realizar nuevos estudios con muestras de representatividad poblacional. Complementariamente, quedan por evaluar las condiciones y mecanismos que hacen posible que cada uso político de WhatsApp influya sobre los comportamientos de

participación política en sus respectivas modalidades; en tal sentido, se sugiere la exploración de variables moderadoras y mediadoras.

REFERENCIAS

- Baek, Y. M. (2015). Political mobilization through social network sites: the mobilizing power of political messages received from SNS friends. *Computers in Human Behavior*, 44, 12-19. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.021>
- Bakshy, E., Messing, S., y Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *Communication Research*, 47(7), 947-966. <https://doi.org/10.1177/0093650218808186>
- Boulianne, S., y Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: a meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111-127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Campbell, S. W., y Kwak, N. (2010). Mobile communication and civic life: linking patterns of use to civic and political engagement. *Journal of Communication*, 60(3), 536-555. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01496.x>
- Campbell, S. W., y Kwak, N. (2011). Political involvement in "mobilized" society: the interactive relationships among mobile communication, network characteristics, and political participation. *Journal of Communication*, 61(6), 1005-1024. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01601.x>
- Chan, M., Chen, H. T., y Lee, F. L. (2017). Examining the roles of mobile and social media in political participation: a cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach. *New Media & Society*, 19(12), 2003-2021. <https://doi.org/10.1177/1461444816653190>
- Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., y Gottlieb, M. R. (2009). Campaigns, reflection, and deliberation: advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 19(1), 66-88. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.01333.x>
- Church, K., y De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp?: comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. En *Proceedings of the 15th*

- International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services* (pp. 352-361). <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2493225>
- Conroy, M., Feezell, J. T., y Guerrero, M. (2012). Facebook and political engagement: a study of online political group membership and offline political engagement. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1535-1546. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.012>
- DiGrazia, J. (2014). Individual protest participation in the United States: conventional and unconventional activism. *Social Science Quarterly*, 95(1), 111-131. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12048>
- Druckman, J. N., y Nelson, K. R. (2003). Framing and deliberation: how citizens' conversations limit elite influence. *American Journal of Political Science*, 47(4), 729-745. <https://doi.org/10.1111/1540-5907.00051>
- Effing, R., Van Hillegersberg, J., y Huibers, T. (2011). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? En *International Conference on Electronic Participation* (pp. 25-35). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-23333-3_3
- Ekman, J., y Amnå, E. (2012). Political participation and civic engagement: towards a new typology. *Human Affairs*, 22(3), 283-300. <https://doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>
- Eveland, W. P. (2001). The cognitive mediation model of learning from the news: evidence from nonelection, off-year election, and presidential election contexts. *Communication Research*, 28(5), 571-601. <https://doi.org/10.1177/009365001028005001>
- Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: the roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21(2), 177-193. <https://doi.org/10.1080/10584600490443877>
- Fenton, N., y Barassi, V. (2011). Alternative media and social networking sites: the politics of individuation and political participation. *The Communication Review*, 14(3), 179-196. <https://doi.org/10.1080/10714421.2011.597245>
- Gazit, T., y Aharoni, N. (2018). Factors explaining participation in WhatsApp groups: an exploratory study. *Aslib Journal of Information Management*, 70(4), 390-413. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2018-0053>
- Gibson, R., y Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and measuring participation in the age of the internet: is online political engagement really different to offline? *The Journal of Politics*, 75(3), 701-716. <https://doi.org/10.1017/S0022381613000431>

- Gil de Zúñiga, H., Ardèvol-Abreu, A., y Casero-Ripollés, A. (2019). WhatsApp political discussion, conventional participation and activism: exploring direct, indirect and generational effects. *Information, Communication & Society*, 24(2), 201-218. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1642933>
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., y Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., y Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634. <https://doi.org/10.1111/jcom.12103>
- Gil de Zúñiga, H., y Valenzuela, S. (2011). The mediating path to a stronger citizenship: online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 38(3), 397-421. <https://doi.org/10.1177/0093650210384984>
- Hardy, B. W., y Scheufele, D. A. (2005). Examining differential gains from Internet use: comparing the moderating role of talk and online interactions. *Journal of Communication*, 55(1), 71-84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02659.x>
- Hollander, B. A. (1995). The influence of talk radio on political efficacy and participation. *Journal of Radio Studies*, 3(1), 23-31. <https://doi.org/10.1080/19376529509361971>
- Hopke, J. E., Gabay, I., Kim, S. C., y Rojas, H. (2016). Mobile phones and political participation in Colombia: mobile Twitter versus mobile Facebook. *Communication and the Public*, 1(2), 159-173. <https://doi.org/10.1177/2057047316642607>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018). *Proyecciones poblacionales* [fichero de datos]. <https://bit.ly/2QEfkDm>
- Jung, N., Kim, Y., y Gil de Zúñiga, H. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society*, 14(4), 407-430. <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.496135>
- Karapanos, E., Teixeira, P., y Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: a case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55(Part B), 888-897. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.015>
- Katz, E., y Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. En J. Blumler y E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication: current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Sage Publications.
- Kim, Y., Russo, S., y Amnå, E. (2017). The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. *New Media & Society*, 19(6), 899-917. <https://doi.org/10.1177/1461444815624181>

- Klesner, J. L. (2007). Social capital and political participation in Latin America: evidence from Argentina, Chile, Mexico, and Peru. *Latin American Research Review*, 42(2), 1-32. <https://muse.jhu.edu/article/218046/summary>
- Krueger, B. S. (2002). Assessing the potential of Internet political participation in the United States: a resource approach. *American Politics Research*, 30(5), 476-498. <https://doi.org/10.1177/1532673X02030005002>
- Lee, Y. H., y Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism?: the effects of moral balancing and consistency in online activism. En *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 811-820). <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2470770>
- Lupia, A., y Sin, G. (2003). Which public goods are endangered?: how evolving communication technologies affect the logic of collective action. *Public Choice*, 117(3-4), 315-331. <https://doi.org/10.1023/B:PUCH.0000003735.07840.c7>
- Moncagatta, P., Moreno, A. M., Pachano, S., Montalvo, J. D., y Zechmeister, E. J. (2020). *Cultura política de la democracia en Ecuador y en las Américas, 2018/19: tomán-dole el pulso a la democracia*. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
- Montag, C., Błaszczewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B., ... Markowetz, A. (2015). Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp? *BMC Research Notes*, 8(1), 331. <https://doi.org/10.1186/s13104-015-1280-z>
- Mutz, D. C. (2002). The consequences of cross-cutting networks for political participation. *American Journal of Political Science*, 46(4), 838-855. <https://www.jstor.org/stable/3088437>
- Nam, T. (2012). Dual effects of the internet on political activism: reinforcing and mobilizing. *Government Information Quarterly*, 29, S90-S97. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.08.010>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy D., y Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. The Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Niemi, R. G., Craig, S. C., y Mattei, F. (1991). Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election Study. *The American Political Science Review*, 85(4), 1407-1413. <https://doi.org/10.2307/1963953>
- O'Hara, K. P., Massimi, M., Harper, R., Rubens, S., y Morris, J. (2014). Everyday dwelling with WhatsApp. En *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 1131-1143). <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2531679>

- Oñate, P. (2005). Participación política, partidos y nuevos movimientos sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 47(194), 103-135. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2005.194.42488>
- Oser, J., Hooghe, M., y Marien, S. (2013). Is online participation distinct from offline participation? A latent class analysis of participation types and their stratification. *Political Research Quarterly*, 66(1), 91-101. <https://doi.org/10.1177/1065912912436695>
- Pang, H. (2018). Mobile communication and political participation: unravelling the effects of mobile phones on political expression and offline participation among young people. *International Journal of Electronic Governance*, 10(1), 3-23. <https://doi.org/10.1504/IJEG.2018.091262>
- Park, C. S., y Karan, K. (2014). Unraveling the relationships between smartphone use, exposure to heterogeneity, political efficacy, and political participation: a mediation model approach. *Asian Journal of Communication*, 24(4), 370-389. <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.892146>
- Pingree, R. J. (2007). How messages affect their senders: a more general model of message effects and implications for deliberation. *Communication Theory*, 17(4), 439-461. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00306.x>
- Prendes-Espinosa, M., Gutiérrez-Portlán, I., y Castañeda-Quintero, L. (2015). Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia. *Revista Complutense de Educación*, 26, 75-195. <http://dx.doi.org/10.5209/RCED>
- Quan-Haase, A., y Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: a comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361. <https://doi.org/10.1177/0270467610380009>
- Rojas, H., y Puig-i-Abril, E. (2009). Mobilizers mobilized: information, expression, mobilization and participation in the digital age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 902-927. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01475.x>
- Rubio-Romero, J., y Perlado, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 73-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.818>
- Ruggiero, T.E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Ruiz-Corbella, M., y Juanas-Oliva, Á. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre Educación*, 25, 95-113. <http://hdl.handle.net/10171/34734>

- Scheufele, D. A., y Nisbet, M. C. (2002). Being a citizen online: new opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(3), 55-75. <https://doi.org/10.1177/1081180X0200700304>
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., y Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), 531-565. <https://doi.org/10.1177/0093650205279209>
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gottlieb, M. R., Hwang, H., Lee, N. J., Scholl, R., y McLeod, D. M. (2007). Campaign ads, online messaging, and participation: extending the communication mediation model. *Journal of Communication*, 57(4), 676-703. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00363.x>
- Shah, D. V., Kwak, N., y Holbert, L. R. (2001). "Connecting" and "disconnecting" with civic life: patterns of Internet use and the production of social capital. *Political Communication*, 18(2), 141-162. <https://doi.org/10.1080/105846001750322952>
- Skoric, M. M., y Zhu, Q. (2016). Social media and offline political participation: uncovering the paths from digital to physical. *International Journal of Public Opinion Research*, 28(3), 415-427. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv027>
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., y Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: a meta-analytic review. *New Media & Society*, 18(9), 1817-1839. <https://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Sommano, M. F. (2005). Más allá del voto: modos de participación política no electoral en México. *Foro Internacional*, 45(1), 65-88. <https://www.jstor.org/stable/27738690>
- Theocharis, Y., Lowe, W., Van Deth, J. W., y García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202-220. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: the roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920-942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Valenzuela, S., Arriagada, A., y Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: the case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 299-314. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x>
- Valenzuela, S., Bachmann, I., y Bargsted, M. (2019). The personal is the political? What do WhatsApp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile. *Digital Journalism*, 9(2), 1-21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1693904>

- Valenzuela, S., Park, N., y Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Valeriani, A., y Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: a comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715-1731. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1350730>
- Verba, S., Schlozman, K. L., y Brady, H. E. (1995). *Voice and equality. Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- We Are Social y Hootsuite. (2020). *Digital in 2020. Global Digital Overview*. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- WhatsApp. (20 de agosto del 2020). Funciones. <https://www.whatsapp.com/features/>
- Wojcieszak, M. (2009). "Carrying online participation offline" — Mobilization by radical online groups and politically dissimilar offline ties. *Journal of Communication*, 59(3), 564-586. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01436.x>
- Yamamoto, M., Kushin, M. J., y Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 17(6), 880-898. <https://doi.org/10.1177/1461444813518390>
- Yang, H. C., y DeHart, J. L. (2016). Social media use and online political participation among college students during the US election 2012. *Social Media + Society*, 2(1), 1-18.
- Zumárraga-Espinosa, M. (2020). Aportes metodológicos para la medición del sentido de eficacia política: evidencia empírica de Quito-Ecuador. *Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (45), 113-142. <https://doi.org/10.5944/empiria.45.2020.26306>
- Zumárraga-Espinosa, M., Reyes, C., y Carofilis, C. (2017). ¿Verdad o ficción? El uso político de las redes sociales en la participación política *offline* en las elecciones presidenciales en Ecuador. *Análisis Político*, 30(91), 130-145. <https://doi.org/10.15446/anpol.v30n91.70268>

EL GOBIERNO ABIERTO EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA: UNA POLÍTICA DE REGULACIÓN DE LA SENSIBILIDAD

NATALIA D. VACCARO*

Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnología (UNC-CONICET)
natyvaccaro@gmail.com

AGUSTÍN CAZZOLLI**

Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación
agustincazzolli1990@gmail.com

JULIÁN F. CASTRO***

Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnología (UNC-CONICET)
juliancst@gmail.com

Recibido: 23/10/2020 Aceptado: 19/2/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4899>

RESUMEN. Este artículo propone un estudio de los sentidos producidos sobre aquello que se reconoce como gobierno abierto (GA), desde un enfoque comunicacional articulado con herramientas provenientes de la sociosemiótica. Nuestra hipótesis señala que no es posible investigar estas políticas aisladas del contexto sociourbano en el que se despliegan, configurando un tipo de ciudad y un sujeto para dicha ciudad. Nuestra estrategia teórico-metodológica se centra en abordar al GA como un dispositivo de regulación de la sensibilidad que funda nuevos modos de control social. El análisis se desarrollará sobre el caso de la ciudad de Córdoba, Argentina, cuya matriz urbano-poblacional y medio ideológico evaluante legitiman estas políticas de GA. Así, intentaremos, a partir de reconstruir el dispositivo de GA, comprender las líneas que lo conforman y que operan

* Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (véase: <https://orcid.org/0000-0002-2289-4282>).

** Licenciado en Comunicación Social con Orientación en Investigación por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (véase: <https://orcid.org/0000-0001-5398-657X>).

*** Licenciado en Comunicación Social con Orientación en Investigación por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (véase: <https://orcid.org/0000-0003-0876-7882>).

instaurando los horizontes políticos y de acción colectivos, creando un particular régimen de enunciación y visibilidad; estableciendo ciertas prácticas y relaciones posibles; y definiendo un específico tipo subjetivo. Este estudio se realizará sobre un corpus constituido por prácticas discursivas heterogéneas: notas periodísticas de medios locales, comunicaciones del gobierno municipal por canales oficiales y la propia plataforma de GA, el Portal de la Ciudad. El período de investigación comprende desde el inicio del sitio municipal, en el año 2016, hasta su relanzamiento en el 2018.

PALABRAS CLAVE: ciudad / dispositivo / evaluación social / ideología / sentidos

OPEN GOVERNMENT IN THE CITY OF CÓRDOBA, ARGENTINA: A SENSITIVITY REGULATION POLICY

ABSTRACT. This article aims at analyzing the meanings of the so-called open government (OG) from a communication approach articulated with social semiotics tools. Our hypothesis points out the impossibility to study these policies isolated from the urban social context where they are developed, making up a type of city and the citizens for such city. Our theoretical-methodological strategy is focused on approaching the OG as a sensitivity regulation device that establishes new ways of social control. The analysis will be conducted on the city of Córdoba, Argentina, whose urban population matrix and evaluating ideological environment legitimize these OG policies. Thus, from initially reconstructing the OG, we will try to understand its configuration and operation by setting up collective political and action scenes, creating a particular enunciation and visibility regime, establishing some possible practices and relationships, and defining a specific subjective type. The corpus of this study will consist of heterogeneous discursive practices: local media journalistic news and articles; municipal communications through official channels; and the OG website, the Portal de la Ciudad platform. The research period ranges from the launching of the municipal website in 2016 to its relaunch in 2018.

KEYWORDS: city / device / social evaluation / ideology / meanings

O GOVERNO ABERTO NA CIDADE DE CÓRDOBA, ARGENTINA: UMA POLÍTICA DE REGULAÇÃO DA SENSIBILIDADE

RESUMO. Este artigo propõe um estudo dos sentidos produzidos sobre aquilo que se reconhece como Governo Aberto (GA) com foco na comunicação articulada com ferramentas da socio-semiótica. Nossa hipótese indica que não é possível pesquisar essas políticas isoladas do contexto sócio-urbano em que estão implantadas, performando um tipo de cidade e um sujeito para a referida cidade. Nossa estratégia teórico metodológica centra-se na abordagem do GA como um dispositivo de regulação da sensibilidade que estabelece novos modos de controle social. A análise será desenvolvida no caso da cidade de Córdoba, Argentina, cuja matriz urbano-populacional e meio ideológico avaliativo legitimam essas políticas da GA. Assim, tentaremos compreender, a partir da reconstrução do dispositivo GA, as linhas que o configuram e que operam caracterizando os horizontes políticos e a ação coletiva, criando um regime particular de enunciação e visibilidade; estabelecendo determinadas práticas e relacionamentos possíveis; e definindo um tipo subjetivo específico. Este estudo será realizado sobre um corpus constituído por práticas discursivas heterogêneas: notas jornalísticas da mídia local; comunicações do governo municipal por meio de canais oficiais e plataforma própria da GA, o Portal da Cidade. O período de pesquisa vai desde o início do site municipal em 2016, até o seu relançamento em 2018.

PALAVRAS-CHAVE: cidade / dispositivo / avaliação social / ideologia / sentidos

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas del siglo pasado, las llamadas *políticas de gobierno abierto* (de ahora en más, GA) se instalaron como una herramienta para reducir el “oscurantismo” de la burocracia estatal (Oszlak y Kaufman, 2014; Calderón y Lorenzo, 2010). Se presentaron como una nueva forma de administración cuyo objetivo era la mayor apertura de las diferentes esferas de la gestión gubernamental. Estas políticas promovieron la construcción de nuevas estructuras y mecanismos que facilitarían la rendición de cuentas por parte de los gobiernos, el acceso a la información pública y la participación ciudadana. En la actualidad, una de las características que se suma a esta peculiar modalidad de gestión del Estado es basarse, casi completamente, en una mediación tecnológica, más precisamente, en una tecnología informática. Es necesario señalar también que, en paralelo al desarrollo de las políticas de GA, se configuró una arquitectura que sostiene y fomenta su implementación a partir de la creación de organismos internacionales, sistemas de premios, normas estandarizadas de desarrollo, programas de financiamiento para los Estados que lo apliquen, entre otros. Por esto es que reconocemos a las políticas de GA como un modo tipificado y estandarizado de gestión pública que, como veremos en este trabajo, es sostenido por discursos sobre transparencia, participación, accesibilidad e innovación tecnológica. Por tanto, nos preguntaremos por los modos en los que se construyen estos sentidos en el GA.

Este artículo propone una indagación, en el sentido de crítica ideológica, de la producción discursiva que sostiene aquello que se denomina GA. Partimos de la hipótesis de que no es posible el estudio de estas políticas aisladas del contexto sociourbano en el que se implementan, ya que entendemos que el GA es una más de las herramientas para la producción de la ciudad y de un sujeto para dicha ciudad. Por este motivo, lo abordamos como un dispositivo (Foucault, 2008) constituido por elementos y estrategias heterogéneas que regulan la sensibilidad social, un aspecto central de la experiencia urbana contemporánea. Y lo analizamos en un caso específico, la ciudad de Córdoba¹, Argentina, con una particular matriz urbana y poblacional, que conforma el medio ideológico evaluante (Bajtín y Medvédev, 1993) que vuelve legítimas y aceptables estas políticas de GA.

En la provincia de Córdoba, Argentina, encontramos en el discurso que sostuvo y legitimó la reforma del Estado, en el año 2000, un antecedente clave para las políticas de GA que luego se desarrollaron en diferentes lugares de dicho territorio. Decimos esto, ya

1 La ciudad de Córdoba es la capital de la provincia (con el mismo nombre) y es la segunda en cantidad de habitantes de Argentina, más de un millón trescientos mil (INDEC, 2010), lo que representa el 40 % de la población provincial. En el período considerado, la ciudad estaba gobernada por el partido Unión Cívica Radical, y el intendente Ramón J. Mestre ejercía la titularidad del ejecutivo municipal desde el año 2011. En su segundo mandato, a partir del año 2015, lo hizo en alianza con el Partido PRO (Propuesta Republicana), el cual a nivel nacional ganó las elecciones ese mismo año y llevó a Mauricio Macri a la presidencia de la Nación.

que este discurso estuvo fuertemente anclado en las ideas de transparencia y participación. Esta reestructuración del Estado y de la administración pública se conoce como “Estado Nuevo” y fue producto de las siguientes leyes: Ley 8835, Carta del Ciudadano; Ley 8836, Modernización del Estado; y Ley 8837, Incorporación del Capital Privado al Sector Público. Este paquete normativo implicó modificaciones tanto en la organización de las instituciones estatales como en el contenido de las acciones realizadas por las políticas públicas: desreguló servicios públicos como el de la energía eléctrica; privatizó entes públicos; se le otorgó al Poder Ejecutivo la potestad de “reorganizar, suprimir, desconcentrar, escindir, descentralizar, transformar, privatizar, fusionar, absorber, transferir o liquidar cualquier oficina, repartición autárquica, el Banco de Córdoba, EPEC” (Closa, 2003, como se citó en Natalucci, 2009, p. 4). De esta manera, permitió la creación de agencias de economía mixta en lugar de algunos ministerios; se constituyeron corporaciones para disponer de bienes e inmuebles del patrimonio provincial; y se crearon organismos que tienen como objetivo fomentar la participación ciudadana y el respeto a los derechos de usuarios y consumidores (Natalucci, 2009). Vemos, entonces, cómo la transparencia y la participación aparecen como argumentos fundamentales en las modificaciones propuestas en la letra de la ley, al tiempo que habilitan una fuerte injerencia del capital privado en el ámbito de la intervención pública.

Nos interesa detenernos en la ciudad de Córdoba, capital de la provincia homónima. El gobierno municipal de esta ciudad lanzó, en el año 2016, una plataforma llamada *Portal de la Ciudad*, que es reconocida como una de las principales políticas de GA desarrolladas hasta ese momento en esta jurisdicción, cuyo principal objetivo, como veremos, fue “acercar” el gobierno municipal a los habitantes de la ciudad. Es necesario señalar que esta política de GA se inscribe en una ciudad signada por la sociosegregación, donde las posibilidades de acceso a la vivienda, circulación y disfrute de los pobladores están segmentadas por clases sociales. Por ello, nos interesa analizar los modos en que los sentidos producidos por las políticas de GA de la capital cordobesa construyen maneras aceptables y legítimas de habitar, intervenir y administrar la ciudad, al mismo tiempo que configuran la experiencia de sus pobladores. Este aspecto es clave, ya que entendemos que estas políticas implican la producción semiótica de esquemas y mapas de inteligibilidad que estructuran la experiencia sensible. Así, intentaremos, a partir de reconstruir el dispositivo de GA, ver cómo las líneas que lo componen operan delineando ideológicamente los horizontes políticos y de acción colectivos, creando un particular régimen de enunciación y visibilidad, ciertas prácticas y relaciones posibles, y un específico tipo subjetivo (Deleuze, 1995). Este estudio discurre sobre un corpus constituido por prácticas discursivas heterogéneas: notas periodísticas de medios locales, comunicaciones del gobierno municipal por canales oficiales y la propia plataforma de GA, el Portal de la Ciudad, así como discursos retomados del año de presentación de la plataforma, 2016, y de su relanzamiento, el 2018.

Comenzamos nuestra reflexión desarrollando la forma en la que hoy se producen las relaciones espaciales en Córdoba. Luego nos concentramos en nuestras herramientas teóricas y metodológicas para una crítica ideológica del dispositivo GA; aquí nos proponemos mostrar cómo este concepto es el camino más adecuado para nuestro estudio. En un segundo momento, realizaremos un breve recorrido por los principales supuestos que sostienen las políticas de GA y cómo se implementaron en esta ciudad. Y, por último, expondremos nuestro análisis a partir de cuatro ideologemas² o acentuaciones valorativas dominantes (Bajtín, 1998), que expresan las formas en las que se articula la red de elementos heterogéneos que configura el dispositivo de GA de la ciudad de Córdoba.

ABORDAJE TEÓRICO-METODOLÓGICO PARA UN ANÁLISIS IDEOLÓGICO DEL DISPOSITIVO GA

Relaciones espaciales en la ciudad de Córdoba

Entender las reglas de la acumulación del capital nos ayuda a comprender por qué nuestra historia y nuestra geografía adoptan las formas que adoptan.

(Harvey, 2007, p. 138)

El concepto de urbanismo estratégico (Boito y Espoz, 2014) nos permite reflexionar sobre las relaciones que se establecen entre el Estado y el mercado con el objeto de transformar la ciudad, de tal modo que permita la realización del capital financiero y una consecuente profundización de la mercantilización del espacio³. Si comprendemos a las ciudades como un producto social, podemos señalar que el proceso de reestructuración del capital introdujo cambios profundos no solo en su organización, sino también en los modos de distribución, habitabilidad y encuentro de sus pobladores.

La urbanización es un proceso social de base territorial en el que diferentes actores se interrelacionan mediante una configuración determinada de prácticas espaciales entrelazadas. En sociedades capitalistas como la nuestra, estas prácticas adquieren un fuerte contenido de clase, lo que no implica que todas ellas deban interpretarse así, sino que las prácticas de clase relacionadas con la circulación del capital, la reproducción

2 Los ideologemas son aquellos sentidos que cristalizan el modo en que el GA lee la realidad, es decir, su constructo ideológico. Estos tienen una función intertextual, ya que confieren las coordenadas históricas y sociales a este discurso (Kristeva, 1978).

3 En la provincia de Córdoba, tras la crisis que sufrieron las entidades bancarias y financieras en el año 2001, luego de la salida de la convertibilidad y la consecuente devaluación, el sector agroexportador orientó la inversión de sus excedentes en el desarrollo urbano, principalmente en la ciudad capital. Dada la inestabilidad del mercado financiero, se volvió más seguro y rentable invertir en inmuebles (Cisterna y Capdevielle, 2015).

y control de la fuerza de trabajo son las hegemónicas (Harvey, 2007). El estudio de los procesos de urbanización nos obliga a reconocer las formas en las que se expresa la relación existente entre los dispositivos (formas construidas, espacios producidos y sistemas de recursos de cualidades específicas), los sistemas político-jurídico-administrativos y los entornos de experiencias que producen sentidos, sensibilidades y aspiraciones particulares. Estos tres elementos presentan, en cada caso particular de urbanización, un ensamblaje con características propias. En este marco, el GA aparece no solo como una plataforma digital, o un medio de comunicación más entre otros con los que cuenta el Estado, sino justamente como un particular ensamblaje que relaciona las dimensiones del proceso urbanístico antes desarrolladas. Entonces, leeremos al GA como parte del proceso urbanístico, lo cual implica abordarlo como pieza de una instancia expresiva de lógicas de producción de valor, tanto en el orden de las piedras (Sennett, 2007) como en el de la estructuración de la experiencia (Boito, 2010).

Aquí nos interesa comprender las peculiaridades que adopta y el modo en que opera un GA en particular, el de la ciudad de Córdoba, Argentina, que se caracteriza por una organización urbana sociosegregada. La noción de acumulación por desposesión⁴ (Harvey, 2004) nos permite comprender las relaciones de espacio de esta ciudad, en la que el Estado, en articulación estratégica con el sector privado de los autodenominados desarrollistas urbanos⁵ (a partir de ahora, DU), realizaron transformaciones estructurales de la matriz urbana y la dinámica de circulación.

Uno de los elementos para comprender este proceso fue la mencionada reforma del Estado de la provincia de Córdoba del año 2000. Una de las principales modificaciones fue habilitar mayor injerencia de las corporaciones privadas, tanto nacionales como internacionales, en el diseño e implementación de las políticas públicas. Específicamente, la política habitacional se orientó a partir de criterios segregacionistas y expulsivos, que dieron lugar a una ocupación del espacio de tipo clasista (Boito y Espoz, 2014): los asentamientos “irregulares” que se encontraban en la zona central y pericentral de la ciudad fueron trasladados por el Estado provincial a la periferia⁶, y los terrenos fueron

4 “Estos incluyen la mercantilización y privatización de la tierra y la expulsión forzosa de las poblaciones campesinas; la conversión de diversas formas de derechos de propiedad —común, colectiva, estatal, etcétera— en derechos de propiedad exclusivos; la supresión del derecho a los bienes comunes; la transformación de la fuerza de trabajo en mercancía y la supresión de formas de producción y consumo alternativas; los procesos coloniales, neocoloniales e imperiales de apropiación de activos, incluyendo los recursos naturales; la monetización de los intercambios y la recaudación de impuestos, particularmente de la tierra; el tráfico de esclavos; y la usura, la deuda pública y, finalmente, el sistema de crédito” (Harvey, 2004, p. 113).

5 Los desarrollistas urbanos son grupos privados con capacidad de inversión y gestión en la ciudad. Están agrupados, a partir del año 2003, en la Cámara Empresarial de Desarrollistas Urbanos de Córdoba (CEDUC).

6 La principal acción en este sentido fue el Programa de Hábitat Social, denominado *Mi casa, Mi vida*, impulsado por el gobierno provincial a partir del año 2004 y financiado por el Banco Iberoamericano

adquiridos por las DU para la producción de emprendimientos inmobiliarios destinados a las clases medias y altas; se modificó el tipo de uso del suelo en zonas rurales para que las DU obtuvieran, a muy bajo costo, grandes extensiones de tierra destinadas a la construcción de formas habitacionales como *countries*⁷ o barrios cerrados. El carácter fragmentado que asumió la trama residencial de la ciudad tuvo su correlato en las formas de circulación de los cuerpos en el espacio y en los modos de esparcimiento y disfrute, consignando también circuitos específicos por clase.

Entendemos que realizar un estudio crítico del GA de la ciudad de Córdoba requiere reconocer que es una política que se despliega en el marco de estos procesos que, como ya dijimos, se expresan tanto en la particular configuración de la matriz urbana como en las prácticas y sentidos establecidos como aceptables y legítimos para habitar, intervenir y administrar la ciudad. Sentidos que, a su vez, configuran la experiencia de sus pobladores.

Consideraciones para un análisis del GA en clave de dispositivo

A partir de su lectura de Bajtín, Lazzarato (2006) aporta: “Tanto la explotación como la acumulación del capital son simplemente imposibles sin la transformación de la multiplicidad lingüística en modelo mayoritario (monolingüismo), sin la imposición de un régimen de expresión monolingüe, sin la constitución de un poder semiótico del capital” (p. 96). En el programa de este autor, “[...] comprender las transformaciones en las maneras de sentir que preceden y hacen posibles las mutaciones económicas [...]” (p. 176) es la clave para el abordaje del poder semiótico del capital.

El enfoque bajtiniano permite observar cómo este poder es parte de una lucha contra los infinitos mundos posibles que desbordan al capitalismo y que va hacia una

de Desarrollo. Se basó en la relocalización de asentamientos que se encontraban cercanos al centro de la ciudad hacia los barrios construidos para esas familias en la periferia, denominados ciudades-barrio: (1) Ciudad Evita (574 viviendas), (2) Ciudad de Mis Sueños (565 viviendas), (3) 29 de Mayo - Ciudad de los Cuartetos (480 viviendas), (4) Ciudad de los Niños (412 viviendas), (5) Ciudad Obispo Angelelli (359 viviendas), (6) Ciudad Ampliación Ferreyra (460 viviendas), (7) Ciudad Juan Pablo II (359 viviendas), (8) Ciudad Villa Retiro (264 viviendas), (9) Ciudad Parque Las Rosas (312 viviendas), (10) Ciudad Ampliación Cabildo (570 viviendas), (11) Barrio Renacimiento (223 viviendas), (12) Barrio San Lucas (230 viviendas), (13) Ciudad de Mi Esperanza (380 viviendas), (14) Ciudad Villa Bustos (197 viviendas), (15) Ciudad Sol Naciente (638 viviendas). Ya en la década de 1990, el sector privado comenzó a desarrollar formas de producción del suelo novedosas en la periferia de la ciudad (principalmente, el noroeste) como los *countries* y barrios cerrados (Las Delicias en 1991, Lomas de la Carolina en 1994, Valle Escondido en 1998, entre otros). Luego del 2003, los DU adquirieron los terrenos desocupados por el Estado a muy bajo costo y diversificaron la oferta habitacional destinada a sectores medios y altos con la construcción edificios en altura con *amenities* (como piscina, gimnasio y circuito de TV cerrado), casonas, loteos, *housing*, etcétera.

7 Es un estilo de urbanización que implica grandes extensiones de tierra cuyo perímetro está cerrado. Los lotes que la conforman son amplios y las viviendas de alta gama. Además, ofrece diferentes *amenities* como espacios para realizar actividades deportivas (canchas de golf y tenis, por ejemplo) y recreativas, *club house*, etcétera.

asimilación de estas potencialidades en una única forma de sentir. Esta tensión que, a partir de Bajtín, construye Lazzarato se orienta a dilucidar un mecanismo del capital en el control y la producción de sensibilidades. Desde esta concepción, lo estético retoma su vieja acepción ligada a ese envés de la razón que es el cuerpo y su afección. Esta función, o requerimiento estético, en cuanto que afectivo, encuentra en la publicidad su ejemplo más claro, ya que “[...] distribuye las maneras de sentir para solicitar las maneras de vivir [...]” (Lazzarato, 2006, p. 111). Este mecanismo es extensivo al resto de los discursos y se torna clave para el capital, ya que este necesita producir formas de sentir para su propio avance.

Desde esta perspectiva, es posible reconocer al urbanismo como una forma de poder semiótico del capital, en cuanto productor y regulador de estos modos del sentir. El GA es así uno más de los recursos urbano-estéticos que actúan “[...] como productores de paquetes de experiencia que modulan activamente la dimensión sensible de las prácticas” (Boito y Seveso, 2015, p. 249). De esta manera, se instalaría como un entorno tecnológico que opera ideológicamente en la regulación de la sensibilidad, fundando nuevos modos de control.

A este respecto, vale aclarar que intentamos ver los discursos del GA en relación con el proceso urbano de la ciudad, aunque de ninguna manera esta óptica agote la cuestión. Esta inserción del GA en el proceso urbano responde a nuestra indagación sobre este en términos de dispositivo de regulación de la experiencia sensible que se emplaza en un territorio y un tiempo específicos. Al estudiar cómo estos discursos que conforman el GA proponen una manera de vivir la ciudad, nos resultó insoslayable una aproximación a la ciudad contemporánea. Esta se presenta atravesada por una reestructuración del capital tanto a escala local como planetaria que, con Harvey (2004), hemos descrito como un proceso de acumulación por desposesión. Retomamos aquí a Lazzarato (2006) para profundizar esta aproximación, puesto que en esta dinámica del capital “[...] son los lenguajes, los afectos, los saberes y la vida los que se convierten en productivos, agenciados por el trabajo reproductivo” (p. 102). Es justamente este carácter situado al que se puede acceder mediante el prisma de un proceso social, en este caso, el urbano: cómo estos discursos que sostienen dialogan y, a su vez, configuran la experiencia urbana. En esta experiencia se vuelve fundamental el desarrollo de lo que Lash y Urry (1998) llaman una “reflexividad estética” para la reproducción del capital⁸ en su proceso de reestructuración.

8 Esta reflexividad estética se refiere a una fuente de clasificaciones o categorías universales que orientan a los sujetos en el mundo; mucho menos mediados que los universales del pensamiento lógico y cognitivo, son redes simbólicas, previas a la abstracción. Lash y Urry (1998) nos dicen que en el capitalismo contemporáneo: “La producción misma incluye un importante componente estético gracias a la creación de cultura y al diseño, integrado cada vez más en bienes materiales que van entrando en una codificación simbólica” (p. 86).

La ciudad de Córdoba es el campo de fuerzas concreto donde podemos asir el proceso de reestructuración del capital, donde el componente estético y la sensibilidad se convierten en el terreno de disputa. Si reconocemos que en las formaciones sociales existe el conflicto y, por tanto, relaciones de desigualdad en diferentes ámbitos de la vida social, la ideología expresa la lucha de esos intereses sociales antagónicos en el ámbito de los signos/sentidos/lenguaje (nivel expresivo) (Volóshinov, 2009). Desde esta perspectiva, el discurso es material e ideológico, ya que organiza la realidad desde el punto de vista de quien observa, punto de vista que, a su vez, ya remite a un parámetro de valoración e involucra una acción. Por ello, la ideología no es solo la representación de las relaciones históricas materiales, sino que también implica su regulación y organización (Espoz, 2013).

Como señalamos anteriormente, el GA forma parte del proceso urbano en el que se despliegan soluciones a lo que Foucault (2009) considera el problema político propio de la ciudad capitalista: “[...] acondicionar un medio en función de acontecimientos o series de acontecimientos o elementos posibles, series que será preciso regularizar en un marco polivalente y transformable” (p. 40). Un modo de ver la práctica de gobierno en relación con el problema que plantearía Deleuze (1999) para las sociedades de control: “Los encierros son moldes o moldeados diferentes, mientras que los controles constituyen una modulación, como una suerte de moldeado autodeformante que cambia constantemente y a cada instante, como un tamiz cuya malla varía en cada punto” (p. 6). En estas sociedades, el control, nos dice Lazzarato (2006), articula tanto la producción disciplinaria de cuerpos como la producción biopolítica de territorios y poblaciones, pero agrega a esta producción de subjetividades la conformación de los públicos. Este sujeto propio de la sociedad de control implica el trabajo de unión de subjetividades que actúan a distancia, a partir de tecnologías de la velocidad. Aquí son claves los dispositivos de acción a distancia, ya que van a brindar la subjetivación del público, en cuanto público, a través de una máquina de expresión.

De tal manera, atentos a las condiciones peculiares que hemos mencionado, el GA aparecerá como un recurso que, inscrito en las características del urbanismo en Córdoba, nos da un ejemplo de este nuevo ensamblaje entre privados y el Estado. Y, a su vez, no dejará de dialogar con otras condiciones contextuales, que constituyen lo que reconocemos como urbanismo estratégico. Desde nuestro enfoque, la política de GA es una más de un tipo de políticas que producen y ordenan la ciudad; donde la producción de formas de sentir y vivir van hacia el proceso de subjetivación de los públicos, propios de la sociedad de control que incorpora dispositivos de acción a distancia. Es decir que la intensa relación que el GA adquirió a lo largo del tiempo con las tecnologías de la información y la comunicación ya nos está hablando de la producción de una ciudad y un sujeto para dicha ciudad. Qué ciudad y qué sujeto son producidos en el GA es en el fondo la pregunta a la que intentamos aproximarnos con este trabajo.

La categoría foucaultiana de dispositivo nos permite abordar al GA, en cuanto que construye sujetos y los organiza; el dispositivo hace posible articular el saber y el poder en un mismo diagrama. Esta noción es introducida como objeto de la descripción genealógica por Foucault con el fin de poder comprender tanto las prácticas discursivas como las no discursivas, y así realizar un análisis del poder (Castro, 2011). Por eso, a diferencia del concepto de episteme que se refiere solo a las prácticas discursivas, este término también abarca las no discursivas, e incluye: “[...] discursos, instituciones, disposiciones arquitectónicas, reglas, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, la moralidad, la filantropía, etcétera” (Dreyfus y Rabinow, 2001, p. 150).

El dispositivo es una red, un espacio definido por la relación entre un conjunto heterogéneo de elementos que no son significantes en sí mismos. Este concepto asume, entonces, una posición intermedia entre el de estructura (esquema totalizante) y el de rizoma (multiplicidad) (Moro Abadía, 2003). Entender al dispositivo de este modo, como “grilla de inteligibilidad” (Dreyfus y Rabinow, 2001), implica concebirlo, al mismo tiempo, como una herramienta de análisis construida por el investigador y como las prácticas mismas que actúan como un aparato que constituye sujetos y los organiza. A través de esta noción, Foucault intenta aislar y establecer la especie de inteligibilidad que tienen las prácticas y reconocer los procesos de subjetivación. Es necesario destacar que el dispositivo es una formación que responde a una preocupación/urgencia social en un momento determinado (Castro, 2011).

Foucault (2002), por otro lado, señala que saber y poder están implicados: “[...] no existe relación de poder sin constitución relativa de un campo de saber, ni saber que no suponga y no constituya al mismo tiempo unas relaciones de poder [...]” (p. 34) y que, por tanto, el dispositivo produce saber (Moro Abadía, 2003). En cuanto forma del biopoder, afirma, organiza, gestiona y administra la vida. Abordar las prácticas de este modo permite cartografiar las estrategias y técnicas recubiertas por el saber, las normas, la verdad y las instituciones (Toscano López, 2008).

En tal sentido, Deleuze nos aclara que el dispositivo comporta líneas que se entrecruzan a la manera de una madeja, y que no construyen una estructura, sino que son máquinas. No son homogéneas, son mutables, formaciones proclives a la crisis, pero que sedimentan y se condensan en formas arquitectónicas (Toscano López, 2008).

Deleuze (1995) distingue cuatro líneas principales que componen un dispositivo: las líneas de visibilidad y las líneas de enunciación que constituyen la episteme, por un lado, y las líneas de fuerza y subjetivación, por otro. Las primeras se refieren a un régimen de luz que hace visible y oculta. Las segundas corresponden al espacio de lo enunciable dentro de un dispositivo. Las de fuerza atañen a la espacialización del dispositivo, esto es, cómo adquiere su forma concreta regulando las relaciones que allí se establecen y, finalmente, las líneas de subjetivación “[...] describen las condiciones en las que este

[individuo] se convierte en sujeto/objeto de conocimiento, definen procesos y funcionan como líneas de fuga” (Moro Abadía, 2003).

Esta noción de “grilla de inteligibilidad” o dispositivo nos permite asir estas cuatro líneas o el modo en el que se establece lo que llamamos *un poder semiótico del capital*, es decir, atender a la dimensión expresiva de las prácticas más allá de lo meramente discursivo para deslizarnos hacia la conformación de relaciones de saber/poder que, finalmente, constituyen formas de sentir.

A continuación, presentaremos una breve historización sobre el GA en la ciudad de Córdoba, que nos dejará a mano una serie de actores, tanto como una serie de ideologemas. Identificaremos distintos niveles del Estado, como el provincial y el municipal; las organizaciones no gubernamentales, como la Red Ciudadana Nuestra Córdoba; instituciones multilaterales de crédito, como el Fondo Monetario Internacional; aparecen también valores como la transparencia, la ciudadanía, la participación u otras con sentido negativo como las cajas negras. Será necesario, en nuestro análisis, para cumplir nuestro propósito de una crítica ideológica, vincular estos entrecruzamientos y ponerlos en relación. A partir de un enfoque bajtiniano como el que proponemos, la tarea será remitir estos elementos hacia las condiciones concretas de la ciudad de Córdoba en las que cobran valor.

GOBIERNO ABIERTO, UNA EXPLORACIÓN. SENTIDOS EN TORNO A LA TRANSPARENCIA Y LA PARTICIPACIÓN

El término *gobierno abierto* no es nuevo; surgió en Gran Bretaña a finales de la década de 1970 y se orientó, principalmente, a reducir el “oscurantismo” de la burocracia estatal a los ojos de la ciudadanía (Oszlak y Kaufman, 2014; Calderón y Lorenzo, 2010). El GA aparece como una forma de desarrollar políticas públicas que buscan la apertura de distintos ámbitos de la administración. El objetivo que persigue es “[...] facilitar el acceso a la información, incentivar la participación ciudadana e intensificar el sistema de rendición de cuentas” (Elena y Ruival, 2015, p. 6). Calderón (2012) se refiere al GA como una evolución del sistema democrático que se basa en la implementación de mecanismos para la transparencia del gobierno, espacios de colaboración y participación que van más allá del acto de sufragar cada cuatro años. Dice en este sentido:

Se trata de saltar desde nuestro viejo modelo basado exclusivamente en la democracia representativa a un modelo de democracia conversacional y abierta, aprovechando las posibilidades que proporcionan las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) a los ciudadanos de participar en los procesos de toma de decisiones de los gobiernos más allá del ya mencionado ejercicio del derecho de sufragio o de la participación en organizaciones sociales tradicionales. (p. 27)

En América Latina, el GA se plantea como un modo de contribuir a la revalorización de lo público y a fortalecer las democracias en la región (Naser y Ramírez Alujas, 2014). Se presenta, desde estas perspectivas celebratorias, como una nueva forma de administración que rompe con estructuras y mecanismos decisorios anteriores (Oszlak, 2012). En estos abordajes, el enfoque está puesto en promocionar la injerencia de la ciudadanía en los asuntos públicos, procurando acentuar los aspectos deliberativos y de participación. Se busca establecer una nueva relación entre Estado y ciudadanía: la centralidad del ciudadano en el desarrollo de las políticas públicas, en apariencia, funciona como un indicador de valores como la transparencia, la participación ciudadana, la rendición de cuentas y la innovación tecnológica. Valores que devienen en pilares fundamentales sobre los que se edifica este nuevo enfoque de la relación entre los gobernantes, las administraciones y la sociedad.

Pero como ya dijimos, desde la perspectiva con la que nosotros abordamos el GA, estas prácticas, sentidos y valores no pueden comprenderse escindidos de particulares dinámicas sociales, que se encuentran más allá y más acá de los desafíos políticos a los que responden. En nuestro trabajo, lo que resulta interesante en el caso del GA es cómo se construyen nociones como transparencia, accesibilidad o democracia deliberativa, las cuales se encuentran en el centro de una propuesta que no deja de responder a ciertas preocupaciones sociales. A través de estos términos se establecen estrategias creativas y epistémicas, se desarrollan saberes, prácticas profesionales, con los que se construirán tanto ideales políticos como políticas públicas.

En tal sentido, cabe mencionar algunas particularidades. Las políticas de GA están reguladas por las estandarizaciones establecidas por las organizaciones internacionales encargadas de administrar los saberes vinculados a esta tecnología. Entre los métodos utilizados podemos encontrar la elaboración de informes y la entrega de premios o reconocimientos a las gestiones; por ejemplo, el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) puntuó con 9,90 a Córdoba en su *ranking* de Transparencia Presupuestaria Provincial en el 2018 y el sitio de gobierno abierto de la municipalidad obtuvo el premio Most Innovative Practices por su política gubernamental de transparencia en el mismo año. La Alianza para el Gobierno Abierto (OGP, por sus siglas en inglés) es una de las organizaciones más conocidas en este campo; fue creada en el 2011 a partir de una iniciativa multilateral de distintos países planteada en la Asamblea General de la ONU, en la que se aprobó la Declaración para un Gobierno Abierto. La OGP establece como requisitos necesarios para hablar de GA la transparencia, participación y colaboración. Como es posible observar, las premiaciones, las membresías o la construcción de *rankings* a partir de diagnósticos sobre qué tan apegados a sus patrones se desarrollan los gobiernos son algunos de los refuerzos que funcionan como contraparte e incentivo para los gobiernos locales. Se establece así un modo tipificado en la rendición de cuentas de los gobiernos locales que se institucionaliza

como condición necesaria para la financiación de la gestión o la obtención de fondos aplicables a políticas de gobierno a través de los organismos de la burocracia internacional.

La preocupación estatal por eliminar las “cajas negras” se asoció a los lineamientos de política fiscal instalados por el Fondo Monetario Internacional por medio de El Código de Transparencia Fiscal, luego vinculado a la segunda generación de la reforma del Estado (Buffa y Echavarría, 2011). En cuanto a la provincia de Córdoba, la cuestión de la transparencia adquiere estatus normativo recién en el año 2003 con la Ley de Administración Financiera y del Control Interno de la Administración General del Estado Provincial (Ley 9086).

En este sentido, el surgimiento de las plataformas de GA en la capital cordobesa no obedece exclusivamente a razones de índole técnica o digital, sino, además, a las demandas internacionales en torno a la transparencia y los esfuerzos de los gobiernos por satisfacerlas. En cuanto al sitio de GA de la municipalidad de Córdoba, ubicamos como punto de inicio la demanda de un Plan de Metas de la asociación civil Red Ciudadana Nuestra Córdoba⁹, que luego sirvió de estructura de contenido para el sitio web que concentra las políticas de GA. Es decir, coincidimos en ubicar a este sitio en el devenir que se trama entre estas políticas de modernización del Estado y la explosión digital que permite a los gobiernos incorporar herramientas tecnológicas en sus gestiones. Como antecedentes de esta plataforma podemos indicar el mencionado Plan de Metas en el año 2012, el Primer Portal de Transparencia en el año 2013, la Red Federal de Acceso a la Información Pública y el Concejo Deliberante Abierto en el año 2015; y, en el mismo año, el Primer Portal Estadístico de la ciudad.

Como hito clave, en el año 2016, la intendencia de la ciudad creó la Secretaría de Modernización, como la repartición encargada de las políticas de GA. Además, en el mismo año, el Congreso Nacional de Argentina aprobó la Ley de Acceso a la Información Pública, que condensa algunos de los avances formales sobre las responsabilidades del Estado y el sentido de la comunicación gubernamental. Al mismo tiempo, la municipalidad firmó un convenio con el Ministerio de Modernización de la Nación para “despapelizar” trámites y expedientes municipales.

Desde ese momento se materializa el discurso de la modernización con un fuerte anclaje en lo tecnológico. En la Municipalidad de Córdoba, la política en torno a la transparencia toma vital relevancia, de modo que se establece como un mojón fundamental de su discurso político de gestión y de campaña electoral.

9 La Red Ciudadana Nuestra Córdoba se fundó en el año 2009 con la participación de representantes de diferentes organizaciones de Córdoba. Está conformada por universidades, centros de investigación, colegios profesionales, fundaciones, empresas y ciudadanos. En la página web de la Red se encuentra el Plan de Metas mencionado (<https://www.nuestracordoba.org.ar/plan-metas-gob>).

EL GA COMO POLÍTICA DE REGULACIÓN DE LA SENSIBILIDAD

Comprendemos al corpus como una construcción sociosemiótica compuesta por textos producidos en situaciones reales de intercambios discursivos con un tema definido (Bajtín, 1998). En nuestro caso, el corpus está conformado por la plataforma de GA de la Municipalidad de Córdoba, Portal de la Ciudad; por notas oficiales que fueron publicadas en el sitio web de la Municipalidad de Córdoba y del Gobierno Nacional; así como por notas periodísticas que se publicaron en medios digitales locales. Tanto las comunicaciones oficiales como las notas periodísticas fueron tomadas de dos momentos históricos: la presentación de la plataforma de GA en el mes de agosto del 2016 y su relanzamiento en el mes de septiembre del 2018. Como es posible observar, conformamos un corpus con prácticas discursivas heterogéneas; es decir, los enunciados cuentan con diferentes soportes materiales, que, al mismo tiempo que los configuran, los restringen. Su diversidad se expresa, también, en el formato genérico discursivo (Bajtín, 1998). Esta heterogeneidad, aunque no presente exhaustividad, nos da pistas sobre los modos en los que se constituye y opera lo que reconocemos como dispositivo de GA.

Nuestra estrategia analítica se basó, en un primer momento, en identificar los enunciados —tema con su respectivo sistema axiológico— que aparecían asociados de manera recurrente al GA en las materialidades discursivas abordadas. Luego pusimos en relación dichas unidades de sentido con el sistema de evaluación social (Bajtín y Medvédev, 1993) imperante, es decir, con aquellas temáticas que se establecen como enunciables y legítimas en nuestro contexto sociohistórico. Nos enfocamos en reconocer cómo se actualizan esos sentidos con respecto al modo en que se proponen las políticas de GA desde la Municipalidad de Córdoba, en el marco de una ciudad signada por los procesos de sociosegregación. Como resultado, obtuvimos cuatro ideologemas o acentuaciones valorativas dominantes que atraviesan nuestro corpus; estas no solo dan cuenta de las relaciones históricas materiales vinculadas con el GA y la ciudad de Córdoba, sino que también intervienen en su regulación y organización.

Esta estrategia analítica sustenta la posibilidad de poner en relación los cuatro ideologemas que surgieron del análisis de nuestro corpus con las cuatro líneas que conforman un dispositivo según Deleuze: hacer visible, hacer enunciable, hacer espacio (como espacio de intervención, como disposición de relaciones entre elementos) y, por último, hacer un sujeto/objeto de conocimiento. Con esto nos aproximamos al problema planteado respecto de la regulación de la sensibilidad social a partir de la producción discursiva de formas de vivir y sentir, en este caso, en la ciudad, dirigidas a la configuración de procesos de subjetivación ensayados en el GA. Estos conforman el despliegue de un poder semiótico del capital que incorpora lenguajes y afectos (Lazzarato, 2006) y reparte capacidades políticas y de acción. Como corolario o colofón de esta estrategia de análisis, esperamos que queden trazadas las líneas de este dispositivo, como líneas convergentes en la producción de ciudad y sujetos para dicha ciudad.

De la comunicación al dato o la ideología del acceso

Uno de los temas que aparece con frecuencia está vinculado a la construcción de datos. En uno de los discursos del corpus se señala: “Llegar al portal implicó un enorme esfuerzo para compilar, traducir y construir los datos para que puedan ser trabajados y compartidos” (Día a Día, 11 de agosto del 2016).

Vale mencionar que la gestión de los datos y la valoración de esa tarea en particular no es novedosa y cuenta con una prolongada trayectoria que se cristaliza en las políticas de datos abiertos (DA u OD, por sus siglas en inglés). Ruvalcaba-Gómez (2019) dice al respecto:

Hoy en día, las políticas de DA tienen el potencial de incentivar la participación y la interacción de los gobiernos con múltiples sectores y también contribuyen a una mayor integración social, donde los datos se ofrecen en igualdad de condiciones para estimular el crecimiento económico y propiciar otros beneficios sociales. (p. 103)

En esta posición, se explicita un imperativo en torno a la tarea pública que incluye como horizonte ineludible la gestión de los datos públicos. Todo ello se ampara en la idea de que la mera existencia de DA motoriza una calidad institucional superior, en tanto que alienta la participación y el progreso económico.

En cuanto al portal de GA municipal, se observa una proliferación de datos estadísticos, y se resaltan aspectos formalizables y cuantificables de la gestión municipal. Líneas de tiempo, acciones expresadas dentro de planes de metas, un sinfín de datos cuantitativos, crudos, relaciones biunívocas y normativas. Aparece aquí una fascinación respecto de este discurso, parece ser que, expresados así, estos enunciados garantizan objetividad y se les asigna valor de verdad *per se*.

Además, todos esos datos son públicos, se muestran en el portal, están disponibles para que los vecinos puedan acceder a ellos. Y aquí encontramos otro tópico fundamental sobre el que gira este discurso, la accesibilidad: “Otro punto de mejora es la accesibilidad del portal, que eliminó barreras mediante un rediseño completo, haciéndolo más participativo, flexible, inclusivo y usable. Asimismo, mejora la accesibilidad de usuarios con alguna discapacidad o de edad avanzada” (La Nueva Mañana, 9 de mayo del 2018).

En el Portal de Gobierno Abierto se indica a qué se refiere esta noción: accesibilidad es accesibilidad web. Esta es presentada como la cualidad destinada a ampliar las posibilidades de uso y mejorar la “experiencia” de participación de los usuarios. En el portal se cita la Ley 26.653 de Acceso a la Información Pública, y señala en ese sentido:

El propósito de este sitio web es brindarles a los usuarios el acceso de distintas dependencias de la Administración Pública. El objetivo de gobiernoabierto.cordoba.gob.ar es que sea accesible para todas las personas sin distinguir su

edad, sus capacidades, su conocimiento de internet, la velocidad de su conexión ni el dispositivo que utiliza para navegar (computadora, *tablet*, celular económico o *smartphone*).

Al ingresar a la página del GA de la ciudad de Córdoba, el término *accesibilidad* es omnipresente. En el margen superior se lee la frase “Panel de control accesible”, seguida de cuatro íconos que hacen referencia a las modalidades en las que es posible configurar la plataforma: “Modo principal”, “Modo nocturno”, “Modo alto contraste” y “Modo tamaño de texto” (véase la figura 1). Estas funciones se pueden utilizar en todas las secciones del sitio y parecen estar destinadas a facilitar la lectura en la plataforma: “El usuario dispone de cuatro opciones para navegar la web, puede elegir el método que mejor se adapte a sus necesidades”. Se despliegan cuatro métodos de navegación: “Lectura de pantalla”, “Por sonido”, “Por voz” y “Por teclado” (véase la figura 2).

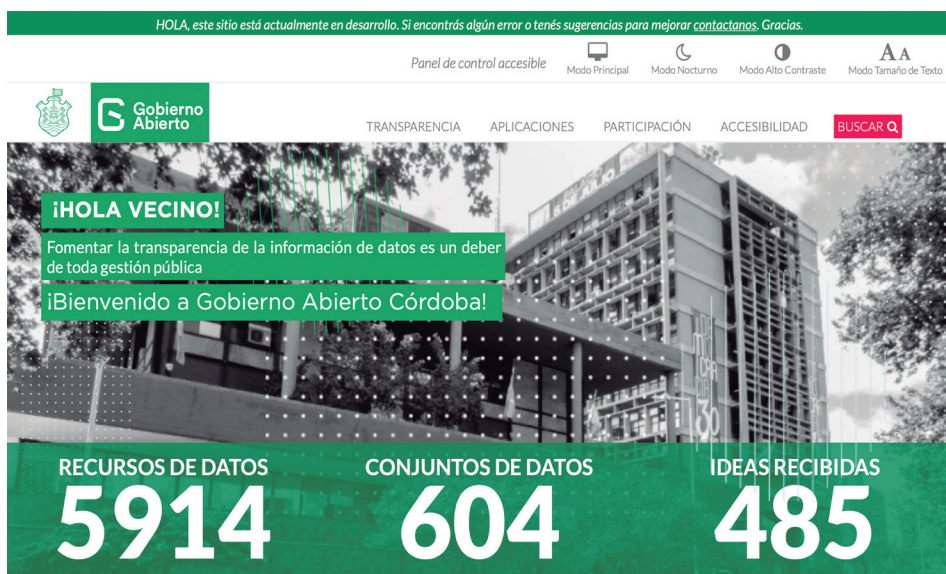


Figura 1. Portada del sitio municipal de gobierno abierto

Fuente: Portal de la Ciudad, gobierno de la ciudad de Córdoba, Argentina (<https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar>)



Lectura de Pantalla

A través de este modo de navegación se consigue, que el sitio nos lea el contenido de la página.



Próximamente

El modo de navegación por voz *próximamente estará disponible* para las personas que tienen dificultades visuales por discapacidad o movilidad.



Por voz

Con la ayuda de un micrófono el usuario que nos visita puede "hablar" con la web para darle las instrucciones y así podrá navegar con simples palabras como: subir, bajar, adelantar, etc.



Por teclado

Utilizando determinadas teclas, el usuario puede trasladarse por la web con facilidad.

Figura 2. Sección "Accesibilidad" del sitio municipal de gobierno abierto

Fuente: Portal de la Ciudad, gobierno de la ciudad de Córdoba, Argentina (<https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar>)

A través de este tópico del "acceso", la página se justifica a sí misma, y coloca a la tecnología como una mediación ineludible del acceso a la información, garantizada por las modalidades de navegación en el sitio, más que por la información que se proporciona y el tratamiento que de ella se hace. Así se muestra un Estado cuya información está siempre disponible para la diversidad de usuarios de la ciudad de Córdoba. Mostrar datos de la ciudad de diferentes modos es uno de los pilares de esta política para garantizar el acceso a la información del gobierno municipal. Sin embargo, no aparece una discusión sobre qué se muestra, de qué manera y, menos aún, se problematiza la posibilidad de uso de esa información. De este modo, el acceso se reduce a la dimensión técnica. Entre la "virtualización" de la información y las posibilidades de acceso se establece una relación lineal, que esconde otros aspectos que tienen la misma o mayor relevancia a la hora de abordar la disponibilidad de la información, como lo son las destrezas/recursos cognitivos, afectivos y simbólicos. En una ciudad como Córdoba, donde la fragmentación es coextensiva a su propia segregación, las experiencias de los diferentes sectores sociales implican marcos de comprensión y recursos diferentes, lo que provoca que esta política de GA, que estaría destinada a promover la apertura a "todos los vecinos", no logre su objetivo.

En este punto, notamos cómo la constante apelación al "usuario" o al "ciudadano", de modo general, se ampara en la difundida idea del "acceso" a la tecnología como

ideología transclasista, en la que los pobladores de la ciudad utilizan la plataforma de modo similar, cualesquiera que sean sus condiciones. El GA se instala, así, como un entorno tecnológico (Boito y Seveso, 2015) y opera ideológicamente en la regulación de la sensibilidad fundando nuevos modos de control. Podemos decir con Boito y Seveso (2015) que la existencia de artefactos tecno-estéticos como la plataforma Portal de la Ciudad son parte de paquetes de experiencia a partir de los cuales se regula la sensibilidad de los cordobeses.

Del vecino al espectador o la ideología de la transparencia

En la propuesta de Oszlak (2013) sobre el GA, la posibilidad de circulación de la información es uno de los elementos esenciales que sostienen el beneficio de este uso de la tecnología informática:

Es que poseer (y retener, negar o distorsionar) información equivale a disponer de un inapreciable recurso de poder. [...] La información, en cambio, puede obtenerse y acumularse sin que ello implique necesariamente un gran esfuerzo o un costo excesivo. Por eso, su posesión asimétrica constituye un invalorable recurso de poder. (pp. 8-9)

Como obtener y acumular información parece una tarea sencilla para las herramientas tecnológicas, la no circulación de esta información solo puede deberse a una cierta despreocupación un tanto mal intencionada. El acceso nuevamente es uno de los puntos fuertes de la propuesta del GA, dado que de contar con la información para hacerla pública también nos podemos servir de estas herramientas. La posibilidad de acceso bien puede expresarse con la idea de transparencia. La transparencia aparece como “develación” de aquello que estaba oculto, que era oscuro y desconocido. Y, en el mismo movimiento en el que se cae el velo de las “viejas” prácticas estatales, se les asigna “poder” a los vecinos.

Esta línea de pensamiento es la que expresaron las autoridades del estado municipal de Córdoba al referirse a esta herramienta:

[...] aplicaciones y servicios para que el vecino pueda participar, controlar y colaborar son los ejes que enfatizó el secretario de Modernización y Comunicaciones municipal, Marcelo Cossar. (Día a Día, 11 de agosto del 2016)

El intendente Mestre, por su parte, sostuvo que tanto el portal como el expediente electrónico “son herramientas de transparencia que fortalecen la confianza y achican las distancias con los vecinos”. (Argentina.gob.ar, 11 de agosto del 2016)

Desde esta mirada, el Portal de la Ciudad otorgó a los vecinos la capacidad de control sobre los funcionarios municipales a través del uso de las posibilidades de acumulación y exhibición que brindan las herramientas tecnológicas. No se tematiza sobre las

implicancias de ese control, ni cuáles son los mecanismos a través de los cuales se ejerce. Podemos interpretar que el acceso a la información en sí mismo aparece como un ejercicio de ese rol de vigilancia que es otorgado a los usuarios/vecinos, que ahora también son espectadores. En este punto, deberíamos preguntarnos sobre esta accesibilidad: ¿quiénes construyen y con qué criterios los datos y la información que se “devela”? ¿A qué información acceden los usuarios/vecinos? ¿Qué es lo que queda afuera y por qué? En fin, ¿qué es lo que efectivamente se hace ver del gobierno municipal?

Aunque demos por saldadas estas preguntas por la experticia con la que se construyó el portal, de todas maneras podemos notar que sobre el acceso, y la consecuente circulación simétrica de la información, se puede ofrecer a simple vista una respuesta tecnológica satisfactoria. Pero la instancia de control dependería de lo que el usuario pueda hacer con esa información. Y, como ya mencionamos, ese hacer no depende del mero acceso simétrico a la información, sino de las diferentes destrezas afectivas, simbólicas y materiales con las que cuentan los distintos sectores sociales. Más adelante hablaremos sobre cómo es presentada la participación dentro del GA, pero a la instancia del control es posible asimilarla a la idea de transparencia, en tanto consta solo de poder ver información que antes estaba oculta.

De lo colectivo a lo individual o la ideología de la participación

El dispositivo GA establece una idea visual del control como acceso a la información. Esta visualidad pasiva necesariamente debe ser superada para la consecución de otra de las capacidades que este dispositivo otorga a los usuarios/vecinos: la “colaboración”. En este apartado veremos cómo es realizada esta operación.

En reiteradas ocasiones, la colaboración tiene el mismo sentido que participación, que, como ya dijimos, es uno de los pilares de las políticas de GA y un tópico fundamental en los debates de las ciencias políticas. La herramienta central de colaboración/participación que presenta el portal de GA de la ciudad de Córdoba es esta: “Contanos tu idea”. Un apéndice del sitio que permite que los usuarios hagan aportes y propuestas, bajo las categorías preestablecidas de “Córdoba Sustentable”, “Córdoba Competitiva”, “Córdoba Equitativa e Inclusiva”, “Desarrollo Institucional” o “Sin Lineamiento Elegido” (véase la figura 3).

Contanos tu idea

<input type="radio"/> Córdoba sustentable	
<input type="radio"/> Córdoba competitiva	
<input type="radio"/> Córdoba equitativa e inclusiva	
<input type="radio"/> Desarrollo institucional	
<input type="radio"/> Sin lineamiento elegido	

-----	▼
-------	---

Título de la propuesta

Descripción de la propuesta

Figura 3. Sección "Participación" del sitio municipal de gobierno abierto

Fuente: Portal de la Ciudad, gobierno de la ciudad de Córdoba, Argentina (<https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar>)

Vemos así que la promoción de la participación se sostiene en iniciativas individuales y mediadas por el dispositivo digital. Esta instancia no favorece el encuentro entre los vecinos, ni se presenta como una arquitectura digital del espacio público para el debate y la participación ciudadana. Por el contrario, promueve un modo de conexión de uno a uno entre el vecino y el Estado. Estas políticas de GA no contienen la posibilidad de la acción colectiva, ni la canalización de los conflictos que surgen en la vida cotidiana de la ciudad de Córdoba. Lo aceptable y legítimo son las ideas individuales y no las acciones colectivas.

Esta estandarización de las posibilidades de participación ciudadana, mediante la categorización de las propuestas en una grilla preestablecida, es uno de los mecanismos utilizados, en sociedades como las nuestras, para regular el conflicto social, operando como desmontaje de la negatividad (Han, 2013). Se categoriza de una manera deseventualizada, atendiendo a eliminar la resistencia de lo otro que perturba.

De la burocracia a la velocidad o la ideología de lo in-mediatO

Por último, nos interesa detenernos en una tensión/dicotomía que atraviesa esta política: la agilidad/instantaneidad en oposición a la burocratización. Evidenciamos cómo la velocidad/aceleración tiene un lugar privilegiado no solo en las expresiones de los actores implicados, sino en los propios fundamentos que le dan cuerpo a las políticas de GA:

Además, Ibarra y Mestre firmaron un convenio para implementar el expediente electrónico en el Municipio, con el fin de “despapelizar” la administración y agilizar los trámites que realizan los ciudadanos. (Argentina.gov.ar, 11 de agosto del 2016)

Recientemente, el Municipio firmó convenios con los desarrolladores de Waze y Miautobus.com para brindar información instantánea a los vecinos sobre el tránsito y transporte de la ciudad. (La Nueva Mañana, 9 de mayo del 2018)

Teniendo en cuenta que el vínculo entre el gobierno y los ciudadanos es cada vez más directo, la gestión municipal genera mayor acceso a la información pública. (Municipalidad de Córdoba, portal institucional, 9 de mayo del 2018)

Otra vez, la velocidad es a todas luces una de las características principales de los desarrollos tecnológicos de la informática. La circulación veloz aparece en la nota del diario *La Nueva Mañana* asociada al tránsito y al transporte urbano. Mientras que en el discurso institucional de la Municipalidad de Córdoba también se lee que lo que se agiliza es el vínculo entre gobiernos y ciudadanos, la burocracia y los expedientes. En ambos discursos, velocidad y circulación. En estos sentidos, se manifiesta cierta sensibilidad que caracteriza nuestras formas de experiencia contemporánea en ciudades atravesadas por las lógicas de reproducción del capital, en las que los tópicos de circulación y velocidad son hegemónicos.

Ya hemos descrito el modo estandarizado en que el dispositivo GA determina las ideas de participación, transparencia o acceso, y en ese sentido es que observamos cómo estas instancias se canalizan en un lenguaje que deviene monolingüe (Lazzarato, 2006) a través de la mediación tecnológica de la experiencia. En este caso, la velocidad que adquiere el control al aire libre (Deleuze, 1999) se constituye en un mundo construido por la adición y no por la densidad narrativa del evento. La negatividad es desmontada y deja paso a un lenguaje transparente (Han, 2013), construido bajo la lógica de la adición de lo igual. Dice Han (2014): “La comunicación alcanza su máxima velocidad allí donde lo igual reacciona a lo igual. La resistencia o la rebeldía de la otredad o de la extrañeza perturba y ralentiza la comunicación llana de lo igual” (p. 121). Es decir, la aceleración ocurre allí donde no hay cuerpos extraños, donde los flujos comunicacionales han adquirido el lenguaje maquínico de un mundo en el que las tecnologías se adhirieron a los cuerpos inscribiendo los horizontes, las separaciones y las posibilidades de la experiencia sensible y de la práctica política. Virilio (2006) enfatiza: “Poder y velocidad son

inseparables, al igual que riqueza y velocidad son inseparables... [...] Un acercamiento a la política es imposible sin un acercamiento a la economía de la velocidad” (p. 34). El acontecimiento no tiene espacio en un mundo en que los modos de conocer están marcados por la lógica de la continuidad.

CONCLUSIÓN

En nuestro análisis señalamos que el GA se propone como facilitador de información, lo que en su discurso se traduce en las referencias a la habilitación del control de los vecinos sobre la cuestión municipal. Nosotros no dejamos de relativizar esta propuesta, en tanto que para ejercer dicho control es necesario contar con ciertas destrezas, criterios, conocimientos y lenguajes, que no son universales en una ciudad caracterizada por la fragmentación y la segregación. A este vecino, para usar una nominalización propuesta por el mismo GA, se le ofrecen datos estadísticos y presupuestarios, pero para que esta oferta se realice, necesariamente debe poder hacer algo con esos datos, o requerirlos de alguna manera. Vemos así que los sentidos producidos en el marco del dispositivo de GA no hacen más que afirmar la creencia de que los artefactos tecnológicos *per se* vienen a resolver las desigualdades estructurales que atraviesan a la ciudad contemporánea y, en el mismo movimiento, define formas de ser y estar en la ciudad.

Nuestro abordaje del GA como dispositivo intentó un entrecruzamiento heterogéneo de discursos, arquitecturas, etcétera, que constituyen relaciones de saber/poder. Pudimos establecer, así, el vínculo entre este peculiar rasgo del GA con un contexto evaluante: observamos que esta mirada presupuestaria/estadística, que podemos llamar tecnocrática, se relaciona, sin duda, con muchos de los actores que han construido este tipo de dispositivos, los cuales provienen de campos expertos, internacionales y estandarizados. Con el concepto foucaultiano de dispositivo, la cuestión es justamente saber cuáles son las condiciones en las que una posición ejerce poder sobre otra, de tal suerte que esta misma relación de poder constituye las posiciones. De esta manera, es posible asociar este sesgo estadístico y presupuestario a una serie de discursos que desde el Estado, las instituciones internacionales de crédito y ONG conforman una red de poder/saber sobre y en el GA. Es en esta instancia donde podemos observar al discurso y al contexto evaluante, en términos bajtinianos, puesto que dichos actores y sentidos se insertan en un concreto desarrollo urbano y en una particular interacción del Estado con otras instituciones y agentes del campo social.

Si retomamos las cuatro líneas que Deleuze distingue en el dispositivo, vemos alrededor del uso de datos una línea de visibilidad y una de enunciación; a su vez, los discursos que sustentan el dato como elemento relevante son su línea de fuerza, donde pudimos observar cómo ese saber produce posiciones de poder. Para llegar a la cuarta línea, la de subjetivación: la aparición de un sujeto, el vecino. Aquí cabe preguntarnos por

esta nominación, por qué vecino, por qué usuario, por qué no ciudadano. Las respuestas pueden ser múltiples; pueden remitir, por ejemplo, a las tensiones y desplazamiento de la noción de ciudadano o a las particularidades históricas con las que la ciudad de Córdoba les habla a sus pobladores.

Por otro lado, a través de los sentidos sobre transparencia, también podemos descubrir líneas de visibilidad, enunciación, de fuerza; nos encontramos con una caracterización subjetiva de ese vecino: es un espectador. Es un espectador porque el dispositivo tecnológico, la presentación de los datos y las posibilidades de interacción que da el sitio lo reducen a un simple consumidor. Detrás de este entrecruzamiento, la transparencia es una expresión posible en el mundo del que ve: el vecino consultando en su dispositivo cierta información del Estado. Pero no habla y, mucho menos, modifica. Es un espectador fundamentalmente visual, para una ciudad ofrecida a la vista¹⁰. Con esto no intentamos adjudicar al GA la capacidad de modificar o no las condiciones de participación de los pobladores de la ciudad de Córdoba, sino que intentamos dejar claro cómo este dispositivo prefigura tipos subjetivos, en este caso, el de usuario-espectador.

Respecto al uso intensivo de datos estadísticos y lenguajes numéricos en el GA, podemos preguntarnos: ¿existe algo más difícil de modificar para un vecino que una estadística de toda la ciudad? ¿O cómo el vecino participa de la construcción de los criterios de esa estadística? Para responder estas preguntas, es necesario aclarar cómo desde esta plataforma se construyen sentidos en torno a la participación. En apariencia, si algo parece imposible, es que un vecino, y es clave el número: un vecino, se pueda empoderar respecto a la plataforma que está usando. Los modos de relacionamiento que propone la plataforma del GA corresponden a dinámicas vinculadas más con la producción de datos estadísticos que con la participación de los vecinos en los procesos de toma de decisiones del estado municipal. Los sentidos sobre participación, en este caso, se limitan a una instancia puntual tecnologizada, y lejos están de aquellos que se refieren a la construcción de una política transversal de injerencia de la sociedad en los procesos de toma de decisiones.

Otra vez el discurso estadístico adquiere centralidad en cuanto saber tecno-estetizado que promueve un modo de control y gestión particular. El lenguaje número aparece como el puente posible entre vecinos y Estado, en la interfaz mediada de la tecnología. Se configura así un proceso de mediación tecnológica en la participación política que genera entornos protegidos digitales (Quevedo, 2017), los cuales operan fundando nuevos modos de control. El dispositivo GA se constituye como una herramienta urbano-estética

10 Respecto a esta conclusión, y en referencia al contexto evaluante, en otros trabajos hemos descrito cómo los desarrollistas urbanos (DU) de la ciudad de Córdoba utilizan la misma estrategia de subjetivación y uso de la cultura visual, que tienden a configurar a los habitantes-vecinos como un espectador del propio espacio urbano (Castro y Vaccaro, 2019).

que espectaculariza la participación, borrando todas las instancias de conflicto social. En este marco, la búsqueda de horizontes políticos posibles son operaciones que individualizan al sujeto y diluyen las potencialidades colectivas. Esto se debe, fundamentalmente, a que el GA se nos presenta como una política estético-performativa que utiliza lenguajes para la elaboración de esquemas de inteligibilidad de la ciudad. Pero queremos rescatar que no es un lenguaje transparente y sin conflictos, sino un espacio de tensiones.

La tensión más fuerte que ubicamos en torno al dispositivo GA es justamente entre el tema de la participación y el acceso. Y es allí donde vemos con alguna nitidez el problema de un poder semiótico del capital, en los términos de un monolingüismo. Porque entre acceso y participación se distingue una reducción tecnologicista e informacional del lado del acceso. Es acceso individual, acceso mediado, acceso transparente, acceso a datos y estadísticas, acceso a mapas. Pero no acceso a los saberes que los construyen. Es participación, una participación configurada sobre criterios donde participar significa ver. Pero plantearse algo más que ver, o plantearse ver con otros y no solo, es imposible. Por tanto, podemos decir que el GA instaura una estructura de la experiencia de sesgo individualista, donde la experiencia urbana se produce en una combinación de datos estadísticos con lenguajes especializados de la tecnología. Es una ciudad producida por un sector experto en lenguaje numérico, una ciudad surgida del recorte de aquello que no es cuantificable, presentable a la vista o traducible al lenguaje de la tecnología.

Sobre todo, se puede concluir que participación es, en cuanto objeto del conteo estadístico, participación homogeneizada en la grilla de inteligibilidad del GA. Es participación como usuario que participa en el instante de la captura estadística, pero que participa, también, del dispositivo ultraveloz del gobierno digitalizado; no es necesario desplazarse hasta el mostrador burocrático, ni esperar en una fila, ni tomarse el tiempo de discutir con un funcionario.

REFERENCIAS

- Bajtín, M. (1998). *Estética de la creación verbal* (Trad. T. Bubnova). Siglo Veintiuno Editores.
- Bajtín, M., y Medvédev, P. (1993). La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética. *Criterios. Edición especial de homenaje a Bajtín*, 9-18.
- Boito, M. E. (2010). Exploraciones sobre las regulaciones del sentir/experimentar clasista ante expresiones de necesidad: la operatoria hegemónica de la sutura solidaria transclasista. En A. Scribano y P. Lisdero (Comps.), *Sensibilidades en juego: miradas múltiples desde los estudios sociales de los cuerpos y las emociones* (pp. 193-216). CEA-CONICET.
- Boito, M. E., y Espoz, M. B. (Comps.). (2014). *Urbanismo estratégico y separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra Editorialismo de Base.

- Boito, M. E., y Seveso, E. (2015). *La tecnología como ideología en contextos de sociosegregación. Ciudades-barrio (Córdoba 2011-2014)*. Puño y Letra Editorialismo de Base.
- Borja, J. (2011). Espacio público y derecho a la ciudad. *Revista Viento Sur*, 116, 39-49.
- Buffa, A., y Echavarría, C. (2011). La "transparencia" presupuestaria a partir de la experiencia de los municipios de la provincia de Córdoba. *Studia Politicae*, 22, 97-119.
- Calderón, C. (2012). Por qué un gobierno abierto. En G. Concha y A. Naser (Eds.), *El desafío hacia el gobierno abierto en la hora de la igualdad* (pp. 27-47). CEPAL.
- Calderón, C., y Lorenzo, S. (Coords.) (2010). *Open Government. Gobierno Abierto*. Algón.
- Castro, E. (2011). *Diccionario de Foucault. Temas, conceptos y autores*. Siglo Veintiuno Editores.
- Castro, J., y Vaccaro, N. D. (2019). Dispositivo publicitario y desarrollistas urbanos. *Question/Cuestión*, 1(64). <https://doi.org/10.24215/16696581e219>
- Cisterna, C., y Capdevielle, J. (2015). Las estrategias del empresarialismo urbano en la producción de ciudad. El caso del "desarrollista" cordobés GAMA. Ponencia presentada en el *I Congreso Latinoamericano de Teoría Social*. Instituto de Investigaciones Gino Germani; Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Deleuze, G. (1995). ¿Qué es un dispositivo? En *Michel Foucault, filósofo* (pp. 155-163). Gedisa.
- Deleuze, G. (1999). *Post-scriptum* sobre las sociedades de control. En *Conversaciones* (pp. 5-9). Pre-Textos.
- Dreyfus, H. L., y Rabinow, P. (2001). *Michel Foucault: más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Ediciones Nueva Visión.
- Elena, S., y Ruival, A. (2015). *Caso de estudio sobre gobierno abierto en la provincia de Córdoba* [documento de trabajo n.º 140]. CIPPEC.
- Espoz, M. B. (2013). *Los pobres diablos en la ciudad colonial. Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de sociosegregación*. Estudios Sociológicos Editora.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar*. Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (2008). *Historia de la sexualidad I. La voluntad del saber*. Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (2009). *Seguridad, territorio, población*. Fondo de Cultura Económica.
- Han, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.

- Han, B. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo*. Akal.
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Akal.
- Kristeva, J. (1978). *Semiótica* (vol. 1, Trad. J. M. Arancibia). Fundamentos.
- Lash, S., y Urry, J. (1998). *Economía de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Amorrortu.
- Lazzarato, M. (2006). *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*. Tinta Limón.
- Moro Abadía, Ó. (2003). ¿Qué es un dispositivo? *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 6, 29-46.
- Naser, A., y Ramírez Alujas, Á. (2014). *Plan de gobierno abierto: una hoja de ruta para los gobiernos*. CEPAL, serie Manuales.
- Natalucci, A (2009). Ajuste y reforma: la transformación del estado cordobés. Córdoba, Argentina, 1995-2000. Ponencia presentada en el *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires*. Asociación Latinoamericana de Sociología.
- Oszlak, O. (2012). Gobierno abierto: promesas, supuestos, desafíos. Ponencia presentada en la *VIII Conferencia Anual INPAE Gobierno Abierto: Por una gestión pública más transparente, participativa y colaborativa*. San Juan de Puerto Rico, 25 de abril.
- Oszlak, O. (2013). *Gobierno abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública* [documento de trabajo]. Red GEALC.
- Oszlak, O., y Kaufman, E. (2014). *Teoría y práctica del gobierno abierto: lecciones de la experiencia internacional*. Red GEALC.
- Quevedo, C. (2017). La transparencia como ideología. En M. B. Espoz (Ed.), *Sentires (in) visibles: la construcción de entornos en espacios socio-segregados* (pp. 263-296). Teseo Press.
- Ruvalcaba-Gómez, E. (2019). Datos abiertos como política pública dentro del gobierno abierto. *Estado Abierto. Revista sobre el Estado, la Administración y las Políticas Públicas*, 3(2), 99-116.
- Sennett, R. (2007). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Alianza Editorial.
- Toscano López, D. G. (2008). El bio-poder en Michel Foucault. *Revista Universitas Philosophica*, 25(51), 39-57.

Virilio, P. (2006). *Velocidad y política*. La Marca.

Volóshinov, V. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot.

Referencias web

Municipalidad de Córdoba. (2017). *Plan de Metas de Gobierno 2016-2019*. https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/media/datos/Plan_de_Metas-Actualizacion-2017.pdf

Open Government Partnership. (2020). *OGP 2020 Annual Report*. <https://www.opengovpartnership.org/>

Corpus de análisis

Argentina.gov.ar, portal institucional del Estado Argentino. (11 de agosto del 2016). Ibarra y Mestre presentaron el Portal de Gobierno Abierto de la ciudad de Córdoba. <https://www.argentina.gov.ar/noticias/ibarra-y-mestre-presentaron-el-portal-de-gobierno-abierto-de-la-ciudad-de-cordoba>

Día a Día. (11 de agosto del 2016). La Municipalidad de Córdoba presenta el Portal de Gobierno Abierto. <http://www.diaadia.com.ar/cordoba/la-municipalidad-de-cordoba-presenta-el-portal-de-gobierno-abierto>

LaNuevaMañana.(9demayodel2018).LaMunicipalidadpresentósunuevoPortaldeGobierno Abierto. <https://lmdiario.com.ar/noticia/66740/la-municipalidad-presento-su-nuevo-portal-de-gobierno-abierto>

Municipalidad de Córdoba, portal institucional. (9 de mayo del 2018). Mestre presentó el nuevo Portal de Gobierno Abierto que es más seguro y accesible. <https://www.cordoba.gov.ar/2018/05/09/mestre-presento-el-nuevo-portal-de-gobierno-abierto-que-es-mas-seguro-y-accesible/>

Municipalidad de Córdoba. (s. f.). *Sitio de Gobierno Abierto*. <https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/data/datos-abiertos>

USO E INFLUENCIA DE LA ANALÍTICA WEB EN LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS: ESTUDIO DE CASO DE UN MEDIO DIGITAL PERUANO

MELISSA BARRENECHEA ARANGO*

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
melissa.barrenechea@unmsm.edu.pe

Recibido: 13/11/2020 Aceptado: 28/1/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4958>

RESUMEN. La era digital ha sumado un elemento clave en la producción de noticias: la analítica web, que permite comprender a la audiencia a través de una serie de indicadores y métricas. Esta investigación tiene como propósito describir el uso y la influencia de la analítica web en la producción noticiosa de editores y redactores de la web de RPP Noticias, principal radioemisora peruana. A partir de doce entrevistas en profundidad, se registran las percepciones y experiencias de periodistas respecto a esta herramienta de medición de audiencia. La investigación corroboró que la analítica web presenta un nivel de influencia en los contenidos seleccionados por los redactores y en la ubicación de notas en portada. Además, este hallazgo sugiere que los editores tienen miradas mixtas: los que tratan temas duros (política, administración pública, internacionales) defienden el criterio periodístico propio, mientras que los que abordan temas blandos (famosos, deportes y entretenimiento) apuntan a un balance entre su juicio y las preferencias de su audiencia.

PALABRAS CLAVE: audiencia / analítica web / periodismo digital / *gatekeeping*

* Bachiller en Comunicación Social por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) con especialización en Comunicación Política por la Universidad del Pacífico (véase: <https://orcid.org/0000-0002-4559-6835>).

USE AND INFLUENCE OF WEB ANALYTICS IN NEWS PRODUCTION: A CASE STUDY OF A PERUVIAN DIGITAL MEDIA

ABSTRACT. The digital age has added a key element in news production: Web analytics, which allows understanding the audience through a series of indicators and metrics. The purpose of this research is to describe the use and influence of Web analytics in news production by publishers and editors of the RPP Noticias website, the main Peruvian radio station. Based on twelve in-depth interviews, the perceptions and experiences of journalists regarding this audience measurement tool are recorded. The research confirmed that Web analytics has a level of influence on the content selected by editors and on the location of the news on the website cover page. Furthermore, this finding suggests that publishers present mixed views: those dealing with hard topics (politics, public administration, international issues) defend their own journalistic criteria, while those who deal with soft topics (celebrities, sports and entertainment) point to a balance between their judgment and their audience's preferences.

KEYWORDS: audience / web analytics / digital journalism / gatekeeping

USO E INFLUÊNCIA DA ANALÍTICA WEB NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS: ESTUDO DE CASO DE UMA MÍDIA DIGITAL PERUANA.

RESUMO. A era digital tem acrescentado um elemento chave na produção de notícias: a analítica web, que permite entender o comportamento da audiência através de uma série de indicadores e métricas. Esta pesquisa tem por objetivo descrever o uso e a influência da analítica web na produção noticiosa de editores e redatores da web de RPP Noticias, principal emissora de rádio no Peru. A partir de doze entrevistas aprofundadas, se registram as percepções e experiências dos jornalistas em relação ao uso da ferramenta de medição da audiência. A pesquisa confirma que a analítica web apresenta um nível de influência nos conteúdos escolhidos pelos redatores e na preferência das matérias a serem selecionadas na capa. Além disso, as conclusões denotam que os editores apresentam olhares mistos: os que tratam notícias duras (política, administração pública, internacional) defendem o critério jornalístico próprio, enquanto os que abordam notícias brandas (famosos, esporte e entretenimento) apontam a um equilíbrio entre seu próprio critério e a preferência da audiência.

PALAVRAS-CHAVE: audiência / analítica web / jornalismo digital / gatekeeping

INTRODUCCIÓN

Una de las consecuencias de la digitalización de las noticias ha sido un cambio de enfoque, en el cual la discusión ya no gira tanto en torno al periodista, sino a la audiencia (Boczkowski, 2006, p. 183). Así, se desplazó el modelo unidireccional de la comunicación y, ahora, se piensa en una audiencia cada vez más activa o participativa, y que está presente en la recopilación de noticias, en la selección de historias y en el seguimiento noticioso (McElroy, 2019). Además, se ha determinado que la influencia de la audiencia “nunca ha sido tan directa, explícita e inmediata como lo es ahora” (Singer, 2014, p. 67). Para conocer a su audiencia, las salas de redacción han incorporado la analítica web a sus rutinas informativas. Esta herramienta se encarga de “la medición, recolección, análisis e informes de datos de internet con el fin de comprender y optimizar el uso de la web” (Web Analytics Association, 2008). La implementación de herramientas de medición de audiencia abre una nueva discusión sobre el nivel de influencia de los usuarios en el quehacer noticioso de los periodistas.

Gran parte de la investigación precedente sobre la analítica web abordó este tema desde la perspectiva de medios anglosajones. Poco se sabe sobre la dinámica particular en el uso de métricas y algoritmos en medios latinoamericanos. Esta es una omisión importante, ya que la práctica periodística es heterogénea y el uso de las herramientas de medición de audiencia depende de una serie de factores, tales como la jerarquía, la organización y las características individuales (Ferrer-Conill y Tandoc, 2018). Para completar ese vacío en la literatura, el presente artículo examina el caso del medio RPP Noticias, uno de los principales conglomerados mediáticos en el Perú. Al igual que otros grupos empresariales informativos, RPP Noticias atraviesa un proceso de convergencia entre sus distintas plataformas: radio, web y televisión. El propósito de este estudio es exponer cómo perciben los redactores y editores de su web la utilización de la analítica web y describir la influencia de su uso en su rutina diaria. El estudio presenta un enfoque cualitativo y ofrece un análisis descriptivo. Para responder a los objetivos de la investigación, se realizaron doce entrevistas en profundidad semiestructuradas a redactores y editores de la web de RPP Noticias.

Según informes de la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI), durante tres años consecutivos (2017, 2018 y 2019), Perú sufrió una caída de la inversión publicitaria en medios. Respecto a 2016, la inversión en publicidad radial disminuyó en 11 millones de dólares, aunque todavía mantiene el tercer lugar en el *ranking* de inversión, detrás de la televisión e internet. Esta última ha registrado un crecimiento constante desde su aparición (CPI, 2019). Gracias a este panorama, que afecta a medios tradicionales, persiste cada vez más la necesidad de que estos fidelicen a los consumidores del ecosistema digital para garantizar su rentabilidad (De Ita, 2019).

En este artículo, se argumenta que, en redacciones donde la industria periodística atraviesa por una crisis, debido a la sostenibilidad del modelo de negocio, existe una presión implícita hacia el uso intensivo de la analítica web. Al respecto, se presentan percepciones contrapuestas de acuerdo con la ubicación del periodista en la jerarquía de la organización. En la base del organigrama periodístico, un redactor ha asimilado e interiorizado su uso e influencia, incluso, inconscientemente. Por el contrario, sus jefes o editores evidencian en su discurso un conflicto entre la defensa de su criterio, y el balance entre su juicio y las preferencias de su audiencia.

El documento se organiza en cuatro secciones. En primer lugar, se realiza una revisión teórica y de la literatura precedente sobre la relación entre la audiencia y los periodistas, con especial énfasis en el uso de la analítica web. A continuación, se presenta el caso de estudio y la metodología aplicada. En el siguiente apartado, se exponen los resultados de la investigación y, luego, la discusión y las conclusiones.

MARCO REFERENCIAL

***Gatekeeping*: el modelo en revisión**

La producción de noticias se estudia para comprender el proceso por el cual los periodistas filtran una enorme cantidad de hechos que ocurren durante el día para seleccionar lo que, finalmente, es noticia. En 1950, White utilizó el término *gatekeepers* (o guardianes) en un contexto comunicacional para estudiar las decisiones que toma un editor, el Sr. Gates, y encontró que un grado de subjetividad influía sobre la noticiabilidad de un hecho. Este fue el antecedente de la teoría del *gatekeeping*, que explica el proceso mediante el cual “la realidad social transmitida es construida a través de los medios informativos” (Shoemaker *et al.*, 2001, p. 233). Además, implica la “selección, escritura, edición, posicionamiento, programación, repetición de la información para que se convierta en noticia” (Shoemaker *et al.*, 2009, p. 73). Por su parte, Shoemaker y Reese (1996) identificaron cinco niveles de influencia en el proceso del *gatekeeping*: individuales (influencia de las características sociales y experiencia personal del periodista), de rutinas (influencia de las prácticas reiteradas y estandarizadas en la redacción), organizacionales (influencia de la estructura jerárquica del medio), extramedio (influencia de agentes externos como la publicidad o los gobiernos) e ideológico (influencia de los valores simbólicos que integran a una sociedad).

Es válido cuestionar si con internet, que permite la participación activa de la audiencia, el rol del *gatekeeper* ha desaparecido. Particularmente, Vu (2013) sostiene que se debe actualizar el modelo, pues, en un entorno digitalizado, el factor de la audiencia cobra mayor relevancia. Por su lado, Singer (2014) postula que, en realidad, el *gatekeeping* se convirtió en un proceso de dos pasos: primero, los periodistas deciden qué

publicar; segundo, la audiencia responde, interactúa y decide visibilizar las noticias en su círculo de conocidos. Precisamente, este estudio sobre el uso de la analítica web en una sala de redacción peruana pone énfasis en conocer sobre qué aspectos los redactores y editores perciben la influencia de la audiencia, un nivel extramedio (Shoemaker y Reese, 1996), en su proceso de *gatekeeping* en la era digital.

Misma audiencia: otra forma de entenderla

Tradicionalmente, los periodistas han prestado muy poca —o ninguna— atención a la retroalimentación de la audiencia en el proceso de elaboración de las noticias (Gans, 1979). Sin embargo, en la actualidad, se evidencia una relación más cercana entre periodista y audiencia, debido a las tecnologías que conlleva internet y a la crisis financiera de los medios masivos tradicionales, cuyas plataformas digitales todavía no encuentran sostenibilidad en sí mismas (Nguyen, 2013). Desde esta perspectiva, ahora la audiencia es percibida como una forma de capital por los editores, quienes toman decisiones basándose en las preferencias del público (Tandoc, 2014, 2015). En el trabajo noticioso, las presiones del mercado han ocasionado que los periodistas perciban un mayor peso en su rol orientado al consumo que en el dirigido a la ciudadanía (Hanusch y Tandoc, 2017). A través de una encuesta a periodistas australianos, estos investigadores identificaron que los efectos de las herramientas de medición de audiencia han provocado que los periodistas se cuestionen sus propias normas y valores, idealmente vinculados al servicio público y a la conformación de ciudadanía. Así, la percepción sobre la inestabilidad económica en la industria ha permitido la influencia de la audiencia en los periodistas (Tandoc, 2014). Para Suenzo *et al.* (2020), la crisis de la industria ha llevado a un cuestionamiento de los valores tradicionales del periodismo; y la noticia, como producto, se guía ahora por valores de un período marcado por la inmediatez de la información. De esta manera, el consumo mediático ha cambiado a partir de la introducción de esta noción de inmediatez. En el ecosistema de las redes sociales, el filtrado de información que antes se encontraba en manos del periodista ha pasado en gran medida al público (Mazzone Vivas, 2018). Desde nuestro punto de vista, este modelo de consumo de noticias apunta a que el periodista que realizaba el filtrado de información pierda cada vez más peso, lo que tiene consecuencias en la calidad del contenido periodístico distribuido. Si bien es cierto que la crisis en la industria informativa es un fenómeno global, faltan estudios con respecto a la audiencia a nivel regional, especialmente, en países donde el mercado de medios es controlado por grupos familiares.

En cuanto a la intensa relación actual entre periodista y audiencia, Anderson (2011) identificó tres marcadas tendencias: (a) cambio de discurso hacia la noción de una audiencia activa, (b) predominio de las tecnologías de medición cuantitativa de audiencia y (c) énfasis de la estrategia de difusión generalizada de métricas de audiencia. En el trabajo noticioso diario, estas nociones sobre la audiencia originaron que los editores

ajusten sus decisiones y sean más usuario-céntricos (Vu, 2013); es decir, antes de publicar las notas, evalúan el interés de su audiencia. Para Lee y Chyi (2014), las organizaciones deben adoptar un enfoque centrado en esta, en el cual el contenido pueda integrar tanto elementos de relevancia como de interés. Sin embargo, existen grupos de periodistas que consideran que satisfacer los deseos y las necesidades de su audiencia son objetivos excluyentes entre sí (Nelson y Tandoc, 2018). En ese sentido, académicos sostienen que se debe proteger la autonomía de los periodistas y su juicio periodístico de las fuerzas del mercado. Para Nguyen (2013), se utilizan las herramientas de medición de audiencia para maximizar la difusión de noticias blandas. Por el contrario, las noticias duras sobre asuntos públicos no siempre presentan un atractivo amplio para la audiencia. En este debate, concordamos en que la noción de una audiencia cuantificada (advertir números en lugar de personas) ha conducido a que los periodistas produzcan más noticias de interés para su audiencia, dejando de lado el valor público.

La analítica web

Las herramientas para analizar a la audiencia han sido impulsadas, históricamente, por una serie de cambios sociales, tecnológicos y económicos (Zamith, 2018). El avance en la evolución del sistema de medición, a través de la analítica, ofrece una variada información a los periodistas sobre su audiencia: a qué historias accede, cuándo, por dónde y cómo lo hace (por computadora o teléfono móvil) (Hanusch, 2016). Así se monitorea toda la actividad que realiza la audiencia en internet sin que el usuario sea consciente de ello (MacGregor, 2007). La reconfiguración en torno al uso de la analítica ocurre tras presiones corporativas a los editores, a quienes se les pide un seguimiento aún mayor de su audiencia en línea (Lowrey y Woo, 2010). Al respecto, sostenemos que las empresas de comunicación, en su afán por conocer más a su audiencia, usan la analítica web, que, en la práctica, funciona como el vínculo más objetivo entre periodista y audiencia.

Anderson (2011) indica que las decisiones gerenciales determinan, en gran medida, cómo se utilizarán las tecnologías de medición de audiencia y, así, se alentarán o desalentarán ciertas formas de comportamiento en la redacción. Desde esta perspectiva, existe literatura que respalda la posición de que el uso de la analítica web depende, en muchos casos, de la organización. Por ejemplo, en medios periodísticos con fines de lucro, la analítica, para los periodistas, pasó de ser una oportunidad a “ser un recordatorio de que deben llegar a grandes audiencias para sobrevivir” (Nelson y Tandoc, 2018, p. 1973). En efecto, hay una percepción en los periodistas digitales de sentirse presionados por lograr una cantidad de métricas al mes. Retegui (2020) observó este fenómeno en un medio de Argentina, en el cual, tras lanzar el modelo de pago para el contenido digital, se intensificó su sistema de medición de audiencia. Para la mayoría de sus periodistas, la medición que puntuaba los contenidos capaces de convertir usuarios en suscriptores alimentaba la frustración y el control laboral, y se contraponía al trabajo creativo. Por otro lado, en una

organización donde no existe la preocupación comercial como Al Jazeera English, Usher (2013) identificó que sus periodistas no desarrollaban una percepción de la audiencia cuantificada, por lo cual sostuvo que las decisiones corporativas verticales influyen en el uso de la analítica web por los periodistas. Asimismo, Hanusch (2016) argumenta que la ubicación de estos en la jerarquía de la organización define su acceso a las métricas, así como el proceso de control y uso en su rutina informativa.

El uso de la analítica web en las redacciones se puede sintetizar en seis aspectos: ubicación de las notas en portada, presentación de la nota, planificación, imitación de notas, evaluación de desempeño y concepción de la audiencia (Lamot y Paulussen, 2019). Al respecto hay abundante evidencia, como el estudio de Lee *et al.* (2012), el cual encontró que la preferencia de la audiencia, conocida a través de la analítica web, influye posteriormente en cómo el periodista distribuye las notas en la portada de la página web. Igualmente, es pertinente mencionar a Tandoc (2014), quien halló que los periodistas se respaldan en la analítica web para promocionar las notas en las redes sociales del medio o escribir los titulares de los artículos. Para ello, usan palabras o frases que tienen más probabilidades de atraer tráfico. Adicionalmente, el estudio de Usher (2013) muestra que los periodistas le otorgan un valor de validación personal al empleo de la analítica, pues les permite saber cuánta gente se interesa en el contenido que comparten a través de su medio. Estos atributos de la analítica web han provocado que algunas redacciones resalten los aspectos positivos de su uso para conocer las historias más populares, las tendencias. Además, la consideran más objetiva en comparación con otro tipo de retroalimentación de la audiencia (MacGregor, 2007).

Un grupo de académicos sugiere que los efectos de la analítica web no son absolutos y existe cierta gradualidad. Lamot y Van Aelst (2019) argumentan que las herramientas de medición de audiencia no anulan por completo las prácticas tradicionales y que sus efectos solo son significativos para las noticias blandas. Ello ocurre —señalan— porque los periodistas les atribuyen un valor menor. Por su parte, Kormelink y Meijer (2018) sugieren que las métricas son instrumentos limitados para medir las preferencias de los usuarios, pues la falta de clics no implica, necesariamente, la ausencia de interés en ciertas notas. Así, Zamith (2018) observa que los periodistas y los académicos han abandonado su actitud pesimista frente a las métricas y reconocen que sus efectos presentan matices.

Preferencias de la audiencia

La aproximación a la analítica web también ha considerado las preferencias de la audiencia, en las que se identifican dos visiones marcadas: darle a la audiencia lo que quiere o lo que necesita. Esto último se atribuye a la responsabilidad social de la prensa con la democracia (Nguyen, 2013). Particularmente, la literatura reciente indica que

existe una brecha significativa entre las preferencias noticiosas de los periodistas y de la audiencia: mientras que los primeros prefieren noticias duras, referidas a asuntos públicos, la segunda se inclina por noticias blandas o asuntos no públicos (Boczkowski y Peer, 2011). Esta brecha ha creado una tensión entre imponer los temas de interés de la audiencia o los preferidos por los periodistas (Tandoc, 2015). Según la revisión de Reinemann *et al.* (2012), las noticias duras involucran asuntos políticos, económicos y sociales, los cuales repercuten en lo público. A pesar de que el tratamiento de las noticias duras tiene implicancias en una sociedad democrática, cada vez más medios digitales tienden a disminuirlo en términos de proporción en su cobertura diaria. Boczkowski y Peer (2011) argumentan que hay tres factores determinantes para que esto ocurra: (a) la competencia en el mercado, (b) mayor atención a los intereses de la audiencia y (c) más predisposición a atender esa demanda, al contrario de lo que sucedía cuando la industria era dominada por oligopolios.

METODOLOGÍA

RPP Noticias fue seleccionada como caso de estudio por ser uno de los medios tradicionales con más trayectoria en el Perú. Fundada en 1963 por Manuel Delgado Parker, es la radio con mayor sintonía a nivel nacional (CPI, 2018) y una de las marcas más representativas de Perú (Ipsos, 2017). Con casi sesenta años de historia, se ha consolidado como la principal radioemisora informativa del país y ha procurado mantenerse a la vanguardia en cuanto a los avances en la digitalización de la comunicación. En 1996, fue la primera cadena radial que lanzó su web en internet. Asimismo, el portal de noticias RPP.pe se ubica en el segundo lugar de los sitios web de noticias más visitados a nivel nacional (Ojo Público, 2016).

El estudio de caso adoptó un enfoque cualitativo, que garantiza “la riqueza, la profundidad y la calidad de la información” (Hernández *et al.*, 2010, p. 397). De un universo de treinta periodistas que trabajan en el área web, para esta investigación se seleccionó una muestra de doce periodistas a quienes se entrevistó en profundidad. Esta técnica permite que el investigador obtenga información valiosa a través de la narración de los entrevistados, puesto que se establece una interacción directa, flexible y familiar (Valles, 1999). Además, se consigue una serie de “descripciones de situaciones y acciones específicas, no opiniones generales” (Kvale, 2008, p. 35).

La organización periodística de RPP Noticias se divide en secciones temáticas y de soporte: radio, televisión y web. De los doce periodistas entrevistados, cuatro son editores web que cubren las secciones de actualidad, deportes y entretenimiento; asimismo, cumplen responsabilidades editoriales y de gestión. Dos periodistas se desempeñan como portadistas web, encargados de organizar el contenido en la portada de RPP.pe. Seis periodistas se encargan de producir contenido para la web en las secciones de

actualidad, deportes y entretenimiento. La experiencia laboral de los entrevistados oscila entre uno y veinte años.

La guía de entrevista semiestructurada se aplicó en octubre del 2019 a los doce periodistas ubicados en diferentes niveles de la jerarquía organizacional de RPP Noticias. Las entrevistas se realizaron de manera individual, personal y se grabaron digitalmente. Los editores entrevistados fueron Mariano, Romina, Armando y Emiliano; los portadistas, Juan y Roberto; y los redactores, Luis, Martín, María, Camila, Ernesto y Alfonso. Para efectos de este artículo, los nombres se han mantenido anónimos para resguardar sus intereses laborales y profesionales. Los entrevistados firmaron el "Protocolo de consentimiento informado para participantes" y la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) supervisó los lineamientos éticos.

La guía de entrevista incluyó, en primer lugar, preguntas sobre su trayectoria profesional y roles en la sala de redacción para contextualizar sus respuestas. Luego se les formularon preguntas abiertas sobre el uso de las herramientas de analítica web que fueron estructuradas en tres asuntos:

1. La organización periodística: se preguntó qué herramientas utilizaban, cuáles eran sus ventajas y desventajas, cuántas veces al día monitoreaban y cómo las interpretaban.
2. Consecuencias en el contenido: se preguntó si consideraban que su uso determinaba la selección de noticias y cómo influía en la agenda periodística.
3. Acción en el desenvolvimiento de la web: se consultó sobre cuáles consideraban que eran los criterios para la ubicación de las notas en la portada de la web y si creían que existe una relación entre las notas más vistas y su ubicación en la portada de la web.

Finalmente, las entrevistas se transcribieron y sometieron a un análisis temático.

RESULTADOS

El uso de la analítica web en RPP.pe

Google Analytics, Chartbeat, CrowdTangle y Triton son las herramientas métricas disponibles en la web de RPP Noticias. Las dos primeras permiten conocer, en tiempo real, cuántos usuarios ingresaron al sitio web, qué notas son las más leídas y de dónde proviene el tráfico: si es por buscadores, por redes sociales o por acceso directo a RPP.pe. Además, Chartbeat cuenta con indicadores como tiempo de permanencia, recirculación a otras notas, si es tráfico directo o interno, y estructura en portada a partir de los clics.

CrowdTangle sirve para conocer las noticias compartidas en redes sociales con mayor número de interacciones. Triton funciona para medir el nivel de audiencia de los que acceden al audio *streaming* de la radio en RPP.pe y a los *podcasts*.

El acceso a las cuatro herramientas métricas depende del lugar del periodista en la organización. Si bien es cierto que los editores pueden acceder a todas las herramientas disponibles, los portadistas solo tienen cuentas en Google Analytics, Chartbeat y CrowdTangle, mientras que los redactores solo pueden ingresar al segundo. Una medida implementada en la redacción web fue instalar televisores que retransmiten lo que se ve en tiempo real en Google Analytics y Chartbeat. De esa manera, los redactores que no tienen cuentas en Google Analytics pueden saber cuántos usuarios acceden a la web con solo levantar su mirada de la computadora hacia el televisor. Así, a través de su cuantificación en la analítica, esta redacción web es impulsada a seguir el número de su audiencia todos los días.

En general, los redactores entrevistados tienen una percepción positiva de las herramientas de medición de audiencia. Consideran que, a través de la analítica web, pueden conocer los temas de interés, el impacto de las notas que redactan y los temas a los que deben darles seguimiento.

Una frase común usada tanto por redactores como editores para describir el uso de la analítica es que les permite determinar qué notas “pueden funcionar”. Por ejemplo, Roberto, portadista, indicó lo siguiente: “El Chartbeat me sirve para ver las notas que están funcionando, para ver qué notas han sido las más vistas de la semana, del día o del mes”. Asimismo, Juan, portadista, señaló lo siguiente: “Lo uso para eso, vemos qué cosas están funcionando, qué temas están funcionando y a partir de ahí brindar más información”.

A partir del 2015, la redacción de RPP.pe comenzó un proceso gradual de adopción de herramientas de medición de audiencia. Inició con Google Analytics, al que solo podía acceder el editor y, posteriormente, solo los portadistas. Después, en el 2018, se adquirieron los servicios de Chartbeat y Crowd Tangle. Para los periodistas que presenciaron el antes y después de Chartbeat, el cambio fue notorio. “La ventaja es que sabes qué funciona y qué no, y eso te sirve mucho porque, cuando no lo teníamos, era un poco como navegar a ciegas”, así reseñó Roberto la incorporación de esta herramienta a su rutina diaria.

Emiliano, editor de noticias duras, también utilizó la expresión “a ciegas” para describir la situación antes del uso intensivo de las métricas. Consideró que ha sido clave en la identificación de temas que suscitaban el interés de la audiencia.

El uso de la analítica nos permite salir un poco del sesgo personal, del plano subjetivo para pasar a los fríos números que te dicen “este debe estar más tiempo y este no”. Entonces, sí es clave, es fundamental, aunque hay que decir también que no

necesariamente los números toman las decisiones por sí solos. También hay una línea editorial muy marcada, hay temas que consideramos importantes, más allá de que los números los avalen o no. (Emiliano, entrevista personal realizada el 16 de octubre del 2019)

María, redactora, también señaló la diferencia entre la subjetividad que guía el criterio periodístico y la objetividad de la analítica al momento de determinar lo que los usuarios quieren saber en cuanto a noticias.

Uno como periodista tiene un criterio periodístico que te dice de manera más o menos intuitiva qué es lo que a la gente le interesa saber, pero tener una herramienta analítica que te diga objetivamente qué es lo que la gente está consumiendo, pues ayuda a complementar esa intuición periodística. (María, entrevista personal realizada el 6 de octubre del 2019)

Los reporteros web coinciden en que la principal ventaja del uso de la analítica es conocer el impacto en tiempo real de las notas que escriben. Asimismo, los redactores se sienten validados como profesionales a través del uso de la analítica web. “También es satisfactorio ver, en tiempo real, cuánta gente está entrando a tu nota y está disfrutando de lo que has escrito”, dijo Camila, redactora. De la misma manera lo expresó Ernesto:

Puedo saber si es que mi nota, a la que le dediqué tiempo, sirvió o no. Si la gente lo leyó o no. De hecho, es una herramienta muy importante porque me permite saber si es que mi trabajo ha tenido un alcance. (Ernesto, entrevista personal realizada el 9 de octubre del 2019)

El indicador de la analítica web más importante para los editores entrevistados es, sin duda, el de usuarios únicos. Esto es, aquellos usuarios que, a través del buscador de Google, ingresan a una página web varias veces al día, pero su visita solo se contabiliza una vez por día. Para los editores, el objetivo es incrementar ese número de usuarios únicos. Por ejemplo, Armando, editor de noticias blandas, señaló que toma decisiones basándose en la comparación de usuarios únicos que registraron el mes anterior:

Es un ejemplo de cómo las cifras de usuarios únicos que registramos el mes pasado hacen que yo decida presionar a mi equipo para producir notas que sabemos que van a funcionar para alzar la cifra. [...] Si llegamos en la mañana a una estabilidad en el Analytics o Chartbeat, lo mantenemos ahí. Eso nos da un colchón para poder hacer los temas que descuidamos por estar publicando cosas monotemáticas. (Armando, entrevista personal realizada el 17 de octubre del 2019)

Mariano, editor de noticias duras, comparó a un usuario que permanece, en promedio, diez segundos en una nota con un “cliente insatisfecho”. En su opinión, el usuario debería navegar en la página durante más tiempo. En ese sentido, toma la decisión de trabajar con su equipo algunas acciones como colocar más notas relacionadas, extender la cantidad de información contextual, o añadir más audios o videos. “Le estoy agregando

valor a la información que le estoy brindando para motivarlo a que pase más tiempo en mi página, para que recircule”, indicó.

Los editores identificaron que el uso de la analítica ofrece la ventaja de conocer qué temas busca la gente y dirigir el contenido hacia esos tópicos. Al ser RPP Noticias un medio multiplataforma, y disponer de una radio de frecuencia FM y un canal de noticias (a través de la televisión de paga), la analítica no solo es beneficiosa para la web, sino también para los productores de radio y televisión que pueden saber qué es lo más visto en tiempo real.

En la reunión de mesa de editores, que habitualmente ocurre por las mañanas, se planifica —en la medida de lo posible— la cobertura del día. Asimismo, el editor web comparte con los editores de televisión y radio los temas que “están funcionando” de acuerdo con la medición de audiencia. Así lo describe Mariano, editor web de actualidad:

Te ayuda a ver de dónde está llegando el tráfico para probablemente enfilar tus baterías hacia algo que te está generando tráfico. Te ayuda a saber qué temas está buscando la gente y eso también podría ser de ayuda para radio y televisión, porque nosotros tenemos el termómetro del tiempo real, radio y televisión probablemente no lo tienen. (Mariano, entrevista personal realizada el 15 de octubre del 2019)

Sin embargo, los editores también reconocieron desventajas en el uso de la analítica. Emiliano mencionó que “es un reto para las personas que lo manejan no volverse muy adicto a ellas o estar muy pendientes de su cifra”. Armando señaló que “estar a la merced de lo que busca la gente, darle lo que quiere, es una desventaja grande, pero hay formas también de combatir eso, creo”. Por su parte, Mariano asoció la “guerra por clics” a la competencia por audiencia en el mercado informativo digital.

Si es que te fijas mucho en el tráfico y en los clics, que es una guerra a la que nosotros no vamos a entrar, podrías publicar notas que no necesariamente concuerdan con tu línea editorial, con lo que piensas, con lo que tú consideras que es periodismo. No es algo que nos pase a nosotros, porque, insisto, no estamos en esa carrera de los clics, pero, viéndolo a nivel macro, si entras a esa guerra de los clics, te podría llevar a cometer excesos. (Mariano, entrevista personal realizada el 15 de octubre del 2019)

La influencia de la analítica web en la rutina de la redacción de RPP.pe

Influencia en los portadistas

La portada o *homepage* es el espacio principal de un sitio web de noticias. En esta área, los editores y portadistas toman decisiones sobre la selección y ubicación de las notas. Solo se coloca un número muy reducido en portada. En RPP.pe, esta se divide en dos

grandes elementos: las dos notas abridoras (principal y secundaria) y una grilla con diez espacios. El equipo de la sección “Actualidad” se encarga de distribuir las notas en la portada de RPP.pe.

Desde la percepción de los redactores, las notas políticas coyunturales son las que usualmente abren la portada. Además, mencionaron que el rendimiento con respecto al número de clics también se considera para que una nota sea destacada en esta sección. Los portadistas respondieron que su criterio se basa en dos aspectos: noticias coyunturales y la “buena cantidad” de clics o ingresos. Para ello, se guían del Chartbeat, el cual les brinda información sobre el rendimiento de las notas en portada. “Casi siempre hay una equivalencia entre relevancia y clics, es muy difícil que la gente no entre a revisar un tema que tú consideras relevante y que sepas que lo es”, indicó Roberto. Juan, por su parte, apuntó: “Si nos guiamos por el Chartbeat para armar nuestra portada, si vemos que algo no está funcionando, lo vamos a sacar y vamos a probar con otro tema”.

Sin embargo, para los editores, armar la portada de RPP.pe implica criterios de relevancia, impacto, trascendencia periodística y apuesta editorial del medio. “Muchas veces vas a ver que las dos notas principales de la *home* de RPP.pe son de *hard news*. De vez en cuando, también entran temas de deportes cuando hay partidos muy importantes”, dijo Emiliano.

Las notas con “más consideración a lo que dicen las cifras” —según Mariano, el editor— se ubican en los diez espacios disponibles de la grilla. Sostiene que las noticias blandas pueden ser las más leídas del día, pero no siempre “cumplen con el impacto, con la trascendencia, con la relevancia para ponerlas ahí [abridora de portada]”. Entonces, portadistas y redactores se muestran más predispuestos a reconocer que se toma muy en cuenta la data que arroja Chartbeat para armar la portada. Por el contrario, los editores no mencionan las herramientas de analítica y expresan una distinción entre las noticias duras y blandas, de las cuales se prefieren las primeras para su ubicación en portada.

Influencia en el contenido seleccionado

El constante seguimiento a la analítica desde sus computadoras o las pantallas de los televisores instalados en la redacción ha llevado a que portadistas y reporteros web tomen decisiones respecto a su criterio periodístico considerando las preferencias de la audiencia. Este reconocimiento es gradual: si bien aceptan la influencia de la herramienta analítica, eso no se traslada a la percepción de la influencia directa de la audiencia en los contenidos seleccionados.

Roberto afirmó que trata de buscar “las notas relacionadas con las más vistas porque sabes que es un tema que está generando tanto interés como tráfico”. Martín, redactor, declaró estar muy atento a los temas más vistos porque, “en la medida de lo

posible, intento hacer una nota sobre esos mismos temas". Ernesto, redactor, propuso como ejemplo la nota sobre la expulsión de la congresista Marisol Espinoza de su partido político que "jaló bastante"¹, lo cual "te obliga a tener que buscar si hay otras notas sobre ese mismo tema que puedas aprovechar". Para María, esta tendencia al seguimiento de noticias con muchos clics es inconsciente.

Estamos un poco condicionados por el tema de las vistas, entonces, si es que hay un tema que ha rendido muy bien [...], tal vez inconscientemente buscamos hacer notas sobre eso y tal vez podemos descuidar un poco otros temas que, si bien son importantes o trascendentales, no han tenido mucha acogida. (María, entrevista personal realizada el 6 de octubre del 2019)

Los redactores entrevistados reconocieron que sí hay influencia de la analítica web al momento de seleccionar las noticias que publican, pues les permite tener un antecedente del rendimiento de un tema en términos de clics. Esto determinará si vuelven a tratarlo o no. Así, Roberto detalló lo siguiente:

Sabemos que de repente [un tema] no va a funcionar, entonces, ya no lo ponemos porque sabemos que alguna vez lo hemos hecho y hemos visto que en el Chartbeat o Google Analytics nunca apareció. Le ponemos todas nuestras municiones a las notas que pensamos que van a funcionar. Sí, de todas maneras, influye. (Roberto, entrevista personal realizada el 4 de octubre del 2019)

Ese reconocimiento de la influencia de la analítica no necesariamente se extiende a la de la audiencia, pese a que ahora esta se encuentra cuantificada (Anderson, 2011). Los redactores apuntaron que la consideran porque conocen el rendimiento de los temas publicados previamente. Sin embargo, también declararon que existe un compromiso periodístico del medio para publicar notas duras, aunque no reciban muchos clics. Martín lo expresa así:

Pasa muchas veces que quizá nos ponemos la mano al pecho y sabemos que una nota no va a "jalar", pero, como somos un medio informativo, tenemos que publicarla. Por ejemplo, puede ser la obtención de una medalla de oro de un deportista peruano reconocido que no sea de fútbol o temas políticos dentro de la federación. Son temas que, en sí, no "jalarían" mucho para la audiencia de RPP, pero, como medio, nos vemos en la obligación de publicarlos. (Martín, entrevista personal realizada el 12 de octubre del 2019)

Asimismo, unos redactores asociaron la influencia de las métricas en el contenido a la competencia actual entre medios digitales en el mercado. "Al final, claro, estás compitiendo. Estás compitiendo también por gente que te lea. Así como un diario compite porque lo comprenden, una web compite por ser leída", indicó Roberto. "Es una tendencia en

1 Muchos usuarios hicieron clic en la nota.

todos los medios, manejan mucho lo que son métricas para poder tener los temas que están en coyuntura, para competir entre medios”, manifestó Luis, redactor.

Advirtieron que el uso constante de la analítica puede provocar que seleccionen noticias solo para atraer tráfico a la web, en desmedro de lo que, por criterio periodístico, consideran importante o relevante. “Ahora lo negativo también es el hecho de cómo nos direcciona solamente hacia lo que la gente quiere ver”, indicó Alfonso, redactor. Incluso se aludió al estrés o a la ansiedad que les puede ocasionar tener que mantener un promedio de usuarios únicos al día: “Que te crean ansiedad porque tú estás atento a los números que tienes. También le agrega estrés a la carga laboral de un periodista porque quiere que ese número se mantenga”, manifestó Camila.

Al contrario de la naturalidad con la que redactores y portadistas detallaron las ventajas de la analítica web, los editores (principalmente, los de noticias duras) manifestaron que su uso era solo “referencial” respecto a la toma de decisiones sobre la producción noticiosa. “Todas esas son herramientas que te ayudan a tomar decisiones sobre la jerarquía de una nota, insisto, siempre y cuando vaya alineado con la propuesta editorial”, apuntó Mariano, editor.

Para los editores, fue difícil responder qué tan determinante es la analítica en RPP.pe en cuanto a los contenidos que publican. Con más años de experiencia en el ejercicio periodístico, los entrevistados buscaban defender su autonomía editorial. Mariano expresó: “No en nombre de lo que te dice la analítica, tendrías que hacer cosas que no van de la mano con tu propuesta editorial, con tu propuesta de contenido”. Emiliano apuntó: “No necesariamente los números definen qué va en tu página web, hay una línea editorial que se respeta”. Solo Armando reconoció que la analítica sí determina el contenido que se selecciona para publicar y es algo que ocurre “en todos los medios y no solo en RPP”.

Igualmente, se les consultó sobre la dicotomía entre el buen periodismo y la guerra por los clics. Sus respuestas reflejan un contraste relacionado con el entorno de las secciones que dirigen. Los editores web de actualidad señalaron que puede existir un buen periodismo que sea, al mismo tiempo, exitoso en términos de tráfico. Asimismo, advirtieron sobre los riesgos de obsesionarse por los clics y de las consecuencias reputacionales en el medio periodístico. Esta visión se opone a la perspectiva de los editores de noticias blandas: todo se asocia al balance. Para ellos, la integración de la analítica web a la redacción en línea es un acto de balance constante (Tandoc, 2014). Es decir, son conscientes de que tienen que informar y, al mismo tiempo, atraer audiencia.

Hay días en que escribes una nota solo para jalar gente y hay días en que haces una nota muy investigada, muy bien hecha, con datos, con investigación, que te toma tu trabajo. (Romina, entrevista personal realizada el 16 de octubre del 2019)

Creo que hay un balance. Hoy vas a entrar a la web y vas a ver solamente a Christian Domínguez, pero también tocamos otros temas. Entonces, creo que deben convivir ambas cosas. Lamentablemente, el sistema ahora de las empresas de medios evalúa las cosas así: tu insumo, cantidad de páginas vistas y ese tipo de cosas. Para mí, ambas deben convivir y debemos cumplir una cuota, de tal manera que nos permita hacer un contrapeso entre ambas. (Armando, entrevista personal realizada el 17 de octubre del 2019)

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio apuntan a un uso intensivo e institucionalizado de la analítica web dentro de la organización por parte de redactores y editores. Esta práctica es percibida como clave para seleccionar el contenido que busca la audiencia y, en esa línea, atraer tráfico. Así, se concluye que existe una fuerte influencia de la analítica web en las decisiones de ambos actores.

En general, los redactores y editores han incorporado la analítica web a su rutina diaria para conocer los temas de interés para su audiencia. La frase “notas que pueden funcionar” denota que ambos realizan un ejercicio de evaluación de contenido, de acuerdo con una funcionalidad medible en la cantidad de clics que podrían generar. Adicionalmente, se desprende de las entrevistas que estamos ante una redacción que implementó la analítica web como una estrategia de la propia organización periodística, ya que esta permitió el acceso para editores y redactores. Los redactores no solo pueden ingresar a través de cuentas propias, sino que también tienen televisores que retransmiten las métricas en sus salas de redacción. Los hallazgos de este estudio respaldan lo encontrado por Anderson (2011) y Hanusch (2016), en el sentido de que la organización periodística cumple un rol clave en la aceptación y uso de estas herramientas por redactores y editores. Asimismo, cabe señalar, al igual que Lamot y Paulussen (2019), que la analítica en esta redacción se emplea para la planificación de la cobertura, ubicación de notas en portada y un cierto grado de validación personal en el desempeño de los periodistas (Usher, 2013). La planificación de la cobertura del día, guiada por las métricas de la analítica web, es percibida por los redactores y editores como positiva, puesto que les permite conocer las tendencias del día (MacGregor, 2007).

Entonces, se confirma que la influencia de la analítica web se traslada a los dos aspectos por los cuales se utiliza: planificación y selección de contenido, y ubicación de notas en portada. Esto ocurre porque el redactor y el portadista le otorgan un valor importante en la definición de su criterio periodístico tanto para el desarrollo y seguimiento de coberturas como para la selección de contenido para la portada web (Lee *et al.*, 2012). Los editores reconocieron que la analítica web se ha convertido en un factor que consideran cuando toman decisiones (Vu, 2013). Además, han interiorizado la percepción

de su audiencia como “clientes”, por lo cual, así como Hanusch y Tandoc (2017), se identifica una orientación a entender a su audiencia como consumidores. No obstante, existen matices en cuanto a la percepción de la influencia de la analítica entre los editores de las secciones de noticias blandas y noticias duras. Para los primeros, su uso constituye un ejercicio de balance (Tandoc, 2014) entre brindar información y, al mismo tiempo, atraer audiencia. Para ellos, el fin es conseguir una cuota mínima de usuarios únicos para mantener la web con tráfico, sin dejar de lado contenido que estiman valioso. Este hallazgo concuerda con lo encontrado por Lamot y Van Aelst (2019), quienes señalan que el efecto de la analítica web es más notorio en la cobertura de noticias blandas. Por otro lado, los editores web de noticias duras aseguraron defender su propio criterio periodístico frente a la presión constante por los clics.

En un mundo en el que cada vez más organizaciones periodísticas implementan el uso de herramientas de medición de audiencia, los hallazgos de este estudio son importantes porque nos aproximan a las dinámicas internas de una redacción que ha interiorizado su uso. Asimismo, se evidencia una fuerte influencia de la analítica web: una disputa entre imponer los temas preferidos por la audiencia y el criterio del valor público del periodista. Este estudio no está libre de limitaciones. La técnica de la entrevista en profundidad recoge las percepciones de redactores y editores, sin que sea posible compararlas con la realidad de sus actos. Además, se trata de un estudio de caso, por lo cual los resultados no se pueden generalizar.

En suma, este estudio sugiere que el uso de las herramientas de analítica web se ha normalizado en la sala de redacción web de RPP Noticias. Así, los redactores reconocieron su influencia en la selección de contenido y ubicación de notas en portada, mientras que los editores presentan miradas mixtas según las secciones que dirigen: los editores de noticias duras (política, administración pública, internacionales) defienden el criterio periodístico propio y los editores de noticias blandas (famosos, deportes, entretenimiento) buscan un balance. A pesar de las limitaciones metodológicas, se espera que el análisis expuesto en esta investigación ofrezca mayores luces sobre la presencia cada vez más fuerte de la audiencia en el quehacer periodístico, en este caso, de un medio peruano. Futuras investigaciones deberían ampliar el rango de medios analizados, así como utilizar métodos mixtos para determinar la magnitud de la influencia de la analítica web.

REFERENCIAS

Anderson, C. W. (2011). Between creative and quantified audiences: web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism*, 12(5), 550-566.

- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Manantial.
- Boczkowski, P., y Peer, L. (2011). The choice gap: the divergent online news preferences of journalists and consumers. *Journal of Communication*, 61, 857-876.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI). (2017). *Inversión publicitaria*. https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_201801.pdf
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI). (2018). *Inversión publicitaria*. https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_2019.pdf
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI). (2018). *Audiencias radiales 2018: resumen anual*. https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_resumen_anual_radial_201903.pdf
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI). (2019). *Inversión publicitaria*. https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_2019_n01_2020_a.pdf
- De Ita, M. C. (17 de julio del 2019). La transformación digital llegó a los medios de comunicación. *Conexión ESAN*. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/07/17/la-transformacion-digital-llego-a-los-medios-de-comunicacion/>
- Ferrer-Conill, R., y Tandoc, E. (2018). The audience-oriented editor: making sense of the audience in the newsroom. *Digital Journalism*, 6(4), 436-453.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Vintage.
- Hanusch, F. (2016). Web analytics and the functional differentiation of journalism cultures: individual, organizational and platform-specific influences on newswork. *Information, Communication & Society*, 20(10), 1571-1586.
- Hanusch, F., y Tandoc, E. (2017). Comments, analytics, and social media: the impact of audience feedback on journalists' market orientation. *Journalism*, 20(6), 695-713.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5.ª ed.). McGraw Hill.
- Ipsos. (2017). *Perú 2017, de la informalidad a la modernidad*. https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Ipsos_Flair_Peru_0.pdf
- Kormelink, T. G., y Meijer, I. C. (2018). What clicks actually mean: exploring digital news user practices. *Journalism*, 19(5), 668-683.

- Kvale, S. (2008). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Morata.
- Lamot, K., y Paulussen, S. (2019). Six uses of analytics: digital editors' perceptions of audience analytics in the newsroom. *Journalism Practice*, 14(3), 358-373.
- Lamot, K., y Van Aelst, P. (2019). Beaten by Chartbeat? An experimental study on the effect of real-time audience analytics on journalists' news judgment. *Journalism Studies*, 21(4), 477-493.
- Lee, A., y Chyi, H. I. (2014). When newsworthy is not noteworthy: examining the value of news from the audience's perspective. *Journalism Studies*, 15(6), 807-820.
- Lee, A., Lewis, S., y Powers, M. (2012). Audience clicks and news placement. A study of time-lagged influence in online journalism. *Communication Research*, 41(4), 505-530.
- Lowrey, W., y Woo, C. W. (2010). The news organization in uncertain times: business or institution? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(1), 41-61.
- Mazzone Vivas, D. (2018). De los medios a las plataformas. Del control del *gatekeeping* a la conversación descontrolada. *Contratexto*, (029), 121-143.
- McElroy, B. (2019). Experimenting with interaction: TV news efforts to invite audiences into the broadcast and their effects on gatekeeping. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(3), 449-465.
- MacGregor, P. (2007). Tracking the online audience: metric data start a subtle revolution. *Journalism Studies*, 8(2), 280-298.
- Nelson, J., y Tandoc, E. (2018). Doing "well" or doing "good": what audience analytics reveal about journalism's competing goals. *Journalism Studies*, 20(13), 1960-1976.
- Nguyen, A. (2013). Online news audiences: the challenges of web metrics. En S. Allan y K. Fowler-Watt (Eds.), *Journalism: new challenges* (pp. 146-161). Centre for Journalism & Communication Research (CJCR), Bournemouth University.
- Ojo Público. (2016). *Dueños de la noticia. El poder económico detrás de los medios*. <https://duenosdelanoticia.ojo-publico.com/articulo/mom-peru-una-base-de-datos-para-conocer-a-los-duenos-de-los-medios/>
- Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: un estudio en el interior de una sala de redacción. *Austral Comunicación*, 9(1), 45-67.
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., y Legnante, G. (2012). Hard and soft news: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239.

- Schultz, I. (2007) The journalistic gut feeling: journalistic doxa, news habitus and orthodox news values. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207.
- Shoemaker, P., Eichholz, M., Kim, E., y Wrigley, B. (2001). Individual and routine forces in gatekeeping. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(2), 233-246.
- Shoemaker, P., y Reese, S. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. Longman.
- Shoemaker, P., Vos, T., y Reese, S. (2009). Journalist as gatekeepers. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 73-87). Routledge.
- Singer, J. (2014). User-generated visibility: secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55-73.
- Suenzo, F., Boczkowski, P., y Mitchelstein, E. (2020). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.info*, (47), 1-25.
- Tandoc, E. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559-575.
- Tandoc, E. (2015). Why web analytics click: factors affecting the ways journalists use audience metrics. *Journalism Studies*, 16(6), 782-799.
- Usher, N. (2013). Al Jazeera English Online: understanding web metrics and news production when a quantified audience is not a commodified audience. *Digital Journalism*, 1(3), 335-351.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.
- Vu, H. (2013). The online audience as gatekeeper: the influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15(8), 1094-1110.
- Web Analytics Association. (2008). *Web analytics definitions*. Autor.
- White, D. (1950). The "gate keeper": a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(3), 383-390.
- Zamith, R. (2018). Quantified audiences in news production: a synthesis and research agenda. *Digital Journalism*, 6(4), 418-435.

EL TROLEO EN EL ESQUEMA DE LAS PRÁCTICAS POLÍTICAS

RUBÉN SANTANDER HERRERA*

Universidad de Chile
santanderk@ug.uchile.cl

Recibido: 15/12/2020 Aceptado: 26/2/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.5034>

RESUMEN. En Chile, influyentes figuras públicas utilizan de forma creciente los medios para acusar a las redes sociales de constituir un peligro para la democracia y caracterizar a sus usuarios de intolerantes y destructivos. Este ensayo define aquella conducta, conocida como *trolling* o troleo, delimitando sus características constitutivas para situar el fenómeno como una práctica política independiente de la supuesta agenda de los troles, de una subcultura o de un momento histórico o tecnología específica. Para dar cuenta de la ubicuidad histórica del troleo, nos servimos de un texto periodístico de Karl Marx. A partir de la conceptualización de lo político de Rancière (2006) y de la crítica de Fraser (1999) a Habermas, sostenemos que la función del troleo es dar cuerpo a una pretensión de modificar el reparto de lo sensible mediante la imposición de nuevas oposiciones de términos, desplazando o socavando el encuadre de un discurso. En este sentido, es una práctica política potencialmente emancipatoria. El propósito de este ensayo no es valorar al troleo en términos éticos, sino situarlo con referencia a sus usos, posibilidades y relaciones, y sugerir criterios para juzgarlo como un objeto al cual es posible aproximarse desde la perspectiva de la comunicación política.

PALABRAS CLAVE: troleo / Chile / democracia / práctica política / redes sociales

* Licenciado en Antropología con mención en Antropología Física por la Universidad de Chile (véase: <https://orcid.org/0000-0003-2733-4046>).

TROLLING IN THE FRAMEWORK OF POLITICAL PRACTICES

ABSTRACT. In Chile, influential public figures are increasingly using the media to accuse social networks of being a danger to democracy and to characterize their users as intolerant and destructive. This essay defines that behavior, known as trolling, by delimiting its constitutive characteristics in order to situate the phenomenon as a political practice independent of an alleged trolling agenda, a particular subculture, a historical context or a specific technology. To give an account of the historical ubiquity of trolling, we used a journalistic text by Karl Marx. Based on Rancière's (2006) conceptualization of politics and Fraser's (1999) critique of Habermas, we maintain that the function of trolling is to give shape to an attempt to modify the distribution of what is sensitive by imposing new oppositions of terms, displacing or undermining the framework of a discourse. In this sense, trolling is a potentially emancipatory political practice. The purpose of this essay is not to evaluate trolling in ethical terms but to situate it regarding its uses, possibilities and relations, and to suggest criteria for judging it as an object that can be approached from the perspective of political communication.

KEYWORDS: trolling / Chile / democracy / political practice / social networks

A TROLLAGEM NO ESQUEMA DA PRÁTICA POLÍTICA

RESUMO. No Chile, figuras públicas influentes estão utilizando cada vez mais os meios de comunicação social para acusar as redes sociais de serem um perigo para a democracia e para caracterizar os seus usuários como intolerantes e destrutivos. Este ensaio define esse comportamento conhecido como trolling ou trollagem, delimitando as suas características constitutivas para situar o fenómeno como uma prática política independente da suposta agenda dos trolls, de uma subcultura particular ou de um momento histórico ou tecnologia específica. Para dar conta da ubiquidade histórica da trollagem, utilizamos um texto jornalístico de Karl Marx. Da conceptualização de Rancière (2006) da crítica política e de Fraser (1999) a Habermas, defendemos que a função da trollagem é dar corpo a uma pretensão de modificar a partilha do sensível através da imposição de novas oposições de termos, deslocando ou minando o quadro de um discurso. Neste sentido, a trollagem é uma prática política potencialmente emancipatória. O objetivo deste ensaio não é valorizar a trollagem em termos éticos, mas colocá-lo em referência aos seus usos, possibilidades e relações, e sugerir critérios para o julgar como um objeto ao qual é possível se aproximar na perspectiva da comunicação política.

PALAVRAS-CHAVE: trollagem / Chile / democracia / prática política / redes sociais

INTRODUCCIÓN

It is difficult to believe, but possible, that a totally normal person would become a Troll.

(Anti Troll FAQ, 2002)

Recientemente, pero cada día con mayor insistencia, un abanico muy influyente de figuras públicas ha hecho uso de su tribuna en los medios de comunicación chilenos para advertir con vehemencia algo que, viniendo de ellos, aparece como una revelación imposible de ignorar: el auténtico enemigo de la sociedad democrática no son las injusticias sociales que denuncian tantos, sino los usuarios de las redes sociales. No cualquier usuario, por supuesto, pero todos en general. Aludiendo a entelequias como “las redes”, una multitud de columnistas, periodistas, investigadores de *think tanks*, empresarios, políticos, autoridades e incluso el presidente de la República, han llamado la atención sobre un comportamiento presuntamente ordinario al que se tilda de antisocial, antidemocrático, intolerante o destructivo. Una conducta tan peligrosa, según esta perspectiva, como para situarla al mismo nivel que, por ejemplo, las actividades de la Central Nacional de Inteligencia de la dictadura de Pinochet, como apuntaba recientemente el periodista y socio de la poderosa consultora Tironi y Asociados, Ascanio Cavallo:

Es nuevo que te vayan a gritar cosas a tu lugar de trabajo o te funen¹. Bueno, no tan nuevo: también hacía eso la CNI. También te iba a funar. Dicho de otro modo: las redes sociales están cumpliendo un papel fascista. Esa es la verdad. Pequeños grupos, al modo de las montoneras, organizados para hostigar, amenazar y evitar que la gente discrepe. (Como se citó en R. Montes, 2020, p. 17)

Frente a este tipo de planteamientos, queda la impresión de que los usuarios de redes sociales conforman una especie de nueva policía secreta, altamente organizada para “evitar que la gente discrepe”. Dicha caracterización no pretende aludir a los “ejércitos de troles” profesionales al estilo de los que, como se ha demostrado, usan extensamente potencias como China, India o Rusia (Howard, 2020, p. 52), sino a un rasgo propio de estas plataformas, compartido por sus usuarios regulares. Como señala Leonidas Montes (2020), director del Centro de Estudios Públicos, tradicional *think tank* chileno de derecha:

A ratos los comentarios y opiniones en las redes se elevan hacia un *ethos* que desprecia las reglas más básicas de la razón, la moral y la prudencia. [...] El verdadero peligro para una sociedad liberal no es la epidemia. Es el dogmatismo de los que se creen dueños de la verdad y rasgan vestiduras con su propia moral subjetiva. (p. 3)

1 *Funa* es el nombre que se da en Chile a las manifestaciones de repudio público. La discusión en torno a la funa tiene en Chile las mismas connotaciones que la referida a la llamada *cancel culture* en otros países.

No se denuncia una actividad propagandística específica, como el *astroturfing* que el mercado de las llamadas “fábricas de troles” ha puesto al alcance de intereses políticos alrededor del mundo (Keller *et al.*, 2017; Kovic *et al.*, 2018; Linvill y Warren, 2020). La preocupación está puesta sobre la comunicación regular en redes sociales y sobre la naturaleza misma de sus usuarios:

Veamos los síntomas más severos de esta enfermedad letal para la convivencia: se banalizan formas de comunicación degradatorias (como las que imperan en las redes sociales), se lincha y se demoniza a los adversarios, se denuesta al que ose pensar distinto. (Warnken, 2020, p. 3)

Este llamado al “pánico moral” que busca dibujar un estereotipo de los usuarios de redes sociales ha sido descrito en otros contextos (Bishop, 2014). Pareciera que para estos comentaristas la conducta general de los individuos en internet confirmara y actualizara ese mito que origina nuestro mundo: ahora el hombre es el trol del hombre. El troleo transmuta en estas lecturas desde su concepción analógica original (alguien que ejecuta una acción específica: practicar *trolling*, pescar con cebo) a una nueva y difundida función alegórica: el trol como ser mitológico, humanoide monstruoso y antisocial.

Lo que estos comentaristas insinúan con estridencia es que las redes sociales son un espacio yermo de racionalidad política. Pero a la vez plantean que ese tránsito interminable de mensajes irracionales, inmorales e imprudentes constituyen un riesgo para nuestra democracia. Aquello que busca anular el disenso y la “sana deliberación” democrática (el fascismo de las redes que denuncia Cavallo) es el *statu quo* instituido en los foros y plataformas sociales. Un orden dado que excluye al que piense distinto, ¿pero distinto de qué? No lo sabemos. Estaríamos frente a un dogmatismo cuya irracionalidad y exacerbada subjetividad lo hacen incomprensible. Como los alaridos de un trol, que solo un demente podría confundir con lenguaje. Esta atribución de ininteligibilidad es una manera de descartar cualquier pretensión política: “A quien no queremos conocer como ser político, comenzamos por no verlo como portador de signos de politicidad, por no comprender lo que dice, por no entender que es un discurso que sale de su boca” (Rancière, 2006, p. 72).

Siguiendo a Rancière (2006, 2011), es el litigio político lo que hace existir la política (la igualdad) y lo que la separa de la policía, la ordenación del cuerpo social bajo la autoridad de una competencia que distribuye lugares y funciones. Para los comentaristas que hemos citado, la policía es la masa de usuarios, mientras que personas como ellos, autodenominados librepensadores, son la política misma, la ley de la igualdad. Curiosa inversión de los términos.

La policía constantemente busca desaparecer el litigio y, por tanto, la política. Este proceso tiene dos vectores posibles y ambos pueden ser reconocidos en el discurso de los comentaristas aludidos. Por un lado, la negación de la especificidad del troleo al

confundirlo con otros procedimientos y al rechazarlo como práctica política, es decir, como litigio. Por otro, la identificación de la lógica de la política como la suya propia, mediante la apropiación de la racionalidad de cualquier disenso posible en el espacio de comunicación virtual, al someterlo a unas reglas ambiguas en torno a las virtudes de la medida, la prudencia, el buen gusto y lo apropiado. Presentarse como una actualización de lo propio de la comunidad y transformar las reglas del gobierno en leyes naturales de la sociedad es lo propio de la policía, mientras que la política discurre mediante la verificación de la igualdad de cualquier ser hablante con cualquier otro. El discurso de los comentaristas mencionados no se sitúa en la política, por más que pretendan aparentarlo. Ellos niegan la mera posibilidad de un litigio en el reparto de lo sensible.

Argumentaremos en este ensayo a favor de situar al troleo como una práctica dentro del esquema de la política, con la intención de aproximarnos a su sentido, a su racionalidad, y de entender de qué forma “las redes” y sus estrategias comunicativas ponen o no en riesgo la democracia, como se denuncia con frecuencia. Pero antes de continuar es preciso delimitar de forma más detallada el fenómeno en que nos concentraremos, el troleo, con el objetivo de encontrar aquello que le es constitutivo, sobre todo atendiendo a la variedad de las conductas en el contexto digital y a sus aparentemente rápidas transformaciones. Posteriormente, presentaremos los argumentos que nos permitirán disociar al troleo como práctica política de unas ciertas condiciones técnicas e históricas. Finalmente, habiendo delimitado de esta forma el fenómeno, nos enfocaremos en comprender su racionalidad y cómo se inserta en el esquema de las prácticas políticas.

TROLEO: TRAS UNA DEFINICIÓN OPERATIVA

Troll y *trolling* son términos que han sido usados (en un sentido similar o solapado con el actual) al menos desde comienzos de la década de 1990 (su aplicación se remonta a los foros de BBS y Usenet, predecesores de internet). Desde entonces, ha sido vastamente tratado por el periodismo de tecnología, al mismo tiempo que, como categoría de análisis, su uso se ha concentrado principalmente en la ciencia de datos y, en el ámbito de las ciencias sociales, fundamentalmente en estudios sobre la cultura en línea. De esa forma, mientras que hacia fines de la década de 1990 revistas como *Wired* hablaban cotidianamente de los *trolls*, cada foro de la World Wide Web contaba con una política específica para hacerles frente. Los investigadores de la sociedad solían pasar por alto el concepto o concentrarse en una caracterización del fenómeno notablemente influida por textos pioneros como *Communities in cyberspace* (Smith y Kollock, 1999), donde es definido como “un juego de engaño de identidad” fuertemente atado a un contexto socio-técnico específico.

La situación al día de hoy no ha cambiado radicalmente: pese a su ubicuidad, aparentemente se trata de un fenómeno (o quizá, varios fenómenos) demasiado plástico como

para poder constituirse como un elemento demasiado útil para el análisis. Así, muchas veces el término es usado simplemente como una forma despectiva de agrupar varios comportamientos en línea, especialmente aquellos disruptivos. Por ejemplo, Shaffer (2019) define a los troles como “acosadores, abusadores y otros tipos de actores negativos, que normalmente operan a la vista”, equiparando el troleo al ciberacoso. Calvo y Aruguete (2020) describen al trol como un actor cuyo objetivo “es callar a su oponente y evitar que el mensaje del ‘otro’ siga circulando por la red” y optan por no hacer una distinción entre troles, cuentas falsas y redes de *astroturfing*. Por su parte, Kovic *et al.* (2018) resaltan la importancia de no mezclar los conceptos de *trolling* y *astroturfing*, limitando la caracterización del primero a “un comportamiento malicioso, perturbador o desinhibido” y destacando que es llevado a cabo por individuos motivados por su propia voluntad, a diferencia del *astroturfing*, que estaría propiciado por actores políticos. Kovic *et al.* (2018) no descartan el rol político del troleo, pero tampoco se refieren a sus posibilidades.

Muchas descripciones del troleo han sido desarrolladas en el marco de estudios de comunidades de internet comprendidas como subculturas (Coleman, 2012; Phillips, 2015). Este tipo de trabajo suele poner énfasis en el aspecto “irreverente” de los troles y sus motivaciones en términos de su propia diversión (“Lulz”). Coleman (2012) basa su análisis y extrapola su definición del troleo principalmente en una fuente temprana, pero limitada, la *Encyclopedia Dramatica*², escrita por un grupo no necesariamente representativo de la complejidad de internet. Trabajos como este y el de Phillips (2015) se concentran en conjuntos idiosincráticos de internet más o menos discretos y en gran medida en los efectos que el troleo produce en los propios troles. En su libro *The dark net* (2016), el periodista británico Jamie Bartlett también considera a los troles como parte de una subcultura de internet, apuntando a un cierto tipo de usuario especializado en perturbar las conversaciones de sitios como 4chan o Reddit. Bartlett no realiza una caracterización del comportamiento mismo, sino de la cultura a la que asocia a sus informantes.

Ya que nuestro objetivo es indagar si estas formas de comunicación ponen en riesgo algunos aspectos de la sociedad, nuestro interés aquí se centra en el efecto que el troleo produce en la comunicación misma. Para esto procuraremos establecer una definición general de la actividad en cuanto tal, no vinculada a una cultura específica, ni a una comunidad, ni a un sitio o plataforma de internet en particular. Uno de los primeros intentos de ofrecer una definición operativa del fenómeno en estos términos en el ámbito académico

2 La *Encyclopedia Dramatica* fue un sitio web en formato wiki lanzado en diciembre del 2004 que recopilaba temas relevantes para la cultura de internet. Sus artículos documentaban bromas, memes, “raids”, troleos masivos, fallas de seguridad y otros eventos, y se caracterizaba por su contenido NSFW, misógino, homofóbico y racista. Sus participantes sostenían una idea militante del *trolling* como ofender la sensibilidad de otros (*Encyclopedia Dramatica*, s. f.).

es el de Hardaker (2010), cuya aproximación se centra en sus efectos psicosociales: el trol como un usuario que se incorpora a una comunidad transmitiendo intenciones “pseudosinceras”, pero cuyo objetivo es desencadenar o exacerbar el conflicto. Lo esencial de esta definición es el componente de manipulación asociado al troleo. Dicho componente se encuentra en el propio origen del término.

En inglés, *trolling* significa literalmente “pescar arrastrando un señuelo o un anzuelo con cebo desde un barco en movimiento” (Merriam-Webster, s. f., definición 1). El sentido de la expresión aplicada a un tipo de comportamiento en los foros de internet aparentemente pretendía ser una analogía a la pesca con cebo (Donath, 1999, p. 54). El troleo, en su formulación original, consiste en inmiscuirse deliberadamente en una conversación haciendo comentarios irrelevantes, incendiarios u ofensivos con el fin de llamar la atención de otros, arrastrarlos a una discusión, cambiar el tema o burlarse. Se trata de una excelente analogía: solo da cuenta del fenómeno, sin descartar el componente de manipulación que han destacado investigadoras como Hardaker (2010) y Donath (1999), pero sin detenerse en aquellos aspectos psicológicos que son difíciles o imposibles de observar (como las motivaciones no manifiestas del trol) y sin remitirse a una comunidad en particular.

Mylonas y Kompatsiaris (2019) aportan una perspectiva en esta línea al escindir su análisis de un determinado grupo de usuarios de internet y entender “su potencial como forma de política cultural que puede informar sobre los desafíos contrahegemónicos de las ideologías predominantes” (p. 2). Entenderemos al trol como un provocador, cuya participación en foros y discusiones de redes sociales se caracteriza, ya sea por un cierto grado de violencia verbal, por constituirse en un elemento distractivo o fuera de tema, por banalizar un tema que los demás integrantes de una conversación consideran serio, o por “enseriar” un tema que los demás integrantes de una conversación consideran trivial. No es poco importante la frecuencia con que esta forma de interactuar pretende ser cómica, irónica o satírica: es común que el trol arrastre a otros al troleo contra un usuario o grupo usando la burla o la humillación. Si bien autores como Mylonas y Kompatsiaris (2019) se concentran en lo que podríamos llamar el resultado proselitista de la transgresión en la que incurren los troles, aquí propondremos que esta por sí misma tiene unos efectos que sobrepasan dicho aspecto.

Lo constitutivo de la conducta de un trol es su afán por molestar a su interlocutor o interlocutores, en última instancia, arrancar de ellos alguna clase de respuesta emocional y, en un determinado plazo, corromper o destruir las bases discursivas de una conversación o forzar un cambio en los fundamentos mismos del debate. En este sentido, su efecto no sería solamente la denuncia del funcionamiento oculto de los discursos hegemónicos (Mylonas y Kompatsiaris, 2019, p. 53), sino que podría conducir a entablar un litigio en el reparto de lo sensible.

Debe distinguirse el troleo, práctica generalizada a la que referiremos en este trabajo, tanto de sus configuraciones y adaptaciones a nichos específicos (como las actividades descritas por Bartlett en los hilos de 4chan) como de sus derivaciones posteriores. El troleo hoy es una práctica difusa, usada tanto por usuarios “orgánicos”, guiados por sus propios motivos, como —y de forma creciente— por organizaciones (las llamadas granjas, fábricas o ejércitos de troles) que ejecutan operaciones coordinadas de intervención comunicacional o *astroturfing* a través de cuentas falsas en redes sociales a cambio de dinero. Como han señalado Kovic *et al.* (2018), se trata de fenómenos entre los cuales es importante establecer claras distinciones. Podríamos ver a las granjas de troles como el desarrollo del fenómeno a una escala industrial y, aunque estos “troles” pueden usar en algunos casos el mismo tipo de procedimientos que los troles orgánicos, su objetivo primordial es difundir a través de numerosas cuentas falsas rumores o información incorrecta o tendenciosa, buscando alterar la opinión pública en favor de algún actor político. Una forma más precisa de referirse a estos actores podría ser el término *sock puppets*, cuentas falsas controladas por humanos (Bu *et al.*, 2013).

Las advertencias vehementes contra la “enfermedad” o comportamiento “fanático” que según algunos recorre las redes sociales aparentemente no pretenden poner fin a las actividades de las fábricas de troles, de las que muchos políticos y gobiernos se sirven, sino denunciar a los que llamaremos “troles orgánicos”, aquellos que actúan por propia motivación y comúnmente, aunque no exclusivamente, de forma no coordinada con otros.

Esta distinción entre troles orgánicos y troles artificiales (*sock puppets* cuyas actividades de *astroturfing* toman la forma de troleo) nos permite apreciar que el troleo es una táctica o estrategia, no una condición ni un rasgo de personalidad. Tampoco un aspecto exclusivo de una subcultura ni, necesariamente, un pasatiempo u ocupación. El troleo puede formar parte del repertorio habitual de una persona contratada para inmiscuirse de forma anónima en un determinado contexto de comunicación (un *sock puppet*), como puede ser un recurso usado de vez en cuando por un usuario “real”, con nombre y apellido. Cualquier usuario regular de redes sociales puede ser y probablemente ha sido un trol. Asimismo, cualquier usuario regular sabe reconocer un trol y la mayoría sabe (y debe) lidiar con ellos día a día. Lo significativo es la conducta de troleo y no una identidad en cuanto trol.

Hecha esta distinción, cabe preguntarse si el troleo surge dadas ciertas condiciones inéditas que propician internet y las redes sociales. ¿Se trata de un fenómeno nuevo, como parece desprenderse tanto de los esfuerzos por caracterizarlo que hemos mencionado (concentrados en el ámbito de las subculturas de internet) como de los comentarios de pánico moral a los que hemos aludido al inicio de este ensayo? ¿O, por el contrario, presenta parentesco o identidad con otras actividades humanas preexistentes?

PARA UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA DEL TROLEO

Si atendemos a los frecuentes comentarios acerca de los comportamientos de los troles en internet, queda la impresión de que estamos en presencia de un fenómeno relativamente nuevo y que supuestamente emerge bajo ciertas condiciones que propician las plataformas sociales de internet: anonimato, impunidad, libre expresión, confidencialidad. Aquí disputaremos dos cosas: primero, proponemos que los troles y el troleo, por una parte, no constituyen un asunto completamente novedoso y que, atendiendo a la caracterización que hemos realizado en la sección anterior, en líneas generales se trata de un comportamiento que precede a la creación de internet, sus foros y sus normas (o ausencia de ellas). En segundo lugar, afirmamos que hoy no existe tal cosa como el anonimato y la impunidad de las personas en internet y que está muy en duda la preeminencia de la libertad de expresión en dicho contexto.

Para afrontar el segundo tema haría falta mucho más espacio del que disponemos, pero señalaremos solo dos hechos: hoy en día los organismos de inteligencias y las brigadas especializadas de las policías de diferentes países no tienen ningún problema en dar con el paradero preciso de usuarios regulares de redes sociales, aunque estos no publiquen su nombre, foto ni otros datos personales en sus perfiles. Por señalar un ejemplo reciente en el contexto chileno en el que hemos situado este texto, el caso del usuario anónimo de Twitter identificado como @nortinaswar es revelador de cómo la ilusión de anonimato en las redes sociales es fácilmente impugnabile. El 16 de agosto del 2018, este usuario publicó un breve mensaje relacionado con la entonces ministra de Secretaría General del Gobierno de Chile: "Soñé que era del MIR³ y me joteaba⁴ a Cecilia Pérez para poner una bomba en su casa". Tres días después de la publicación, el 19 de agosto, la policía detuvo al autor del tuit en su residencia (Romero, 2018). Es innegable que las plataformas que usamos para comunicarnos en internet están intervenidas por muchos métodos y, a menos que se haga un esfuerzo técnico especial para proteger la propia identidad (lo que no está al alcance de cualquier usuario), no existen el anonimato ni la impunidad.

La libertad de expresión en internet, por otro lado, actualmente se encuentra seriamente amenazada. En naciones como China, Turquía, Rusia y otras, la censura en internet está institucionalizada. Según Roth (2020), hoy China constituye la mayor amenaza global a los derechos humanos, entre otros factores, por la extendida censura que impone el gobierno sobre internet y el uso extensivo que hace de las nuevas tecnologías para configurar un Estado de vigilancia irrestricta.

3 Movimiento de Izquierda Revolucionario, organización política chilena de orientación marxista-leninista.

4 En Chile y en este contexto, la expresión *jotear* significa seducir o cortejar.

Pero aquí nos concentraremos sobre todo en el tema de la presunta novedad del fenómeno. Mientras más cerca de los “orígenes” del troleo se ubican las investigadoras e investigadores, parece resultarles más sencillo verlo como la continuidad de estrategias comunicacionales preexistentes. Así, Donath (1999), que considera el troleo como un “juego de engaño de identidad”, para dar cuenta de este comportamiento se apoya en el trabajo de Goffman, que en *The presentation of self in everyday life* (1959) busca, a partir de la metáfora de la *performance* teatral, entregar una perspectiva de aquella vida social que se organiza dentro un espacio físico delimitado. En el trabajo de Donath (1999), este espacio delimitado serían los grupos de Usenet.

Pese a que este ensayo no tiene por objetivo desarrollar una historia del fenómeno, demostrar que el troleo no es algo dependiente de internet y las redes sociales, sino que precede a unas condiciones sociotécnicas determinadas, nos puede dar un mejor entendimiento de su carácter como práctica política independiente de un medio y de una tecnología. Asimismo, nos permitirá situarlo mejor respecto a otras actividades humanas. Como señala Papacharissi (2005), la distinción entre lo *online* y lo *offline*, la vida real en oposición a lo que sea que sea aquello que pasa en internet, no parece especialmente útil en términos analíticos. Para introducir una perspectiva del troleo que nos permita concebirlo como una práctica independiente de internet, rescataremos un momento poco conocido pero muy ilustrativo de la vida de Karl Marx como polemista político.

MARX, EL TROL

El 26 de julio de 1844, Heinrich Ludwig Tschech disparó dos tiros contra el rey Federico Guillermo IV de Prusia. Un entusiasmo patriótico recorrió Berlín tras propagarse la noticia de que el monarca había resultado ileso. Al reflexionar sobre la tentativa de magnicidio, a Jenny von Westphalen le llamó la atención su móvil: el autor había actuado bajo el impulso de la desesperación y el hambre, no por una motivación política. “Si un día [la revolución] llega a estallar, estallará por ese lado. Es el punto más sensible, es ahí donde el corazón alemán es más vulnerable” (Terradas Saborit, 1992, p. 64), razona Jenny en una carta dirigida a su esposo. Pero el joven Karl Marx, a diferencia de ella, opta por concentrarse en un aspecto algo más pedestre del episodio.

Tras el atentado, el 5 de agosto de 1844, justo antes de partir de vacaciones, Federico Guillermo IV manda publicar un mensaje dirigido a sus vasallos que inicia así:

No puedo abandonar el suelo de la Patria, ni siquiera por un corto tiempo, sin expresar públicamente la profunda gratitud en el nombre de Mí y el de la Reina, que ha hecho que Nuestro corazón se conmueva. Ha sido producto de innumerables muestras verbales y escritas de amor por Nosotros que el atentado del 26 de julio evocó — el amor que nos sacudió jubilosamente en el mismo momento del

crimen, cuando la mano del Todopoderoso desvió el proyectil mortal lejos de Mi pecho al suelo. (Como se citó en Marx, 1844)

Desde su exilio en París, Karl Marx, súbdito de Federico Guillermo IV, leyó estas palabras con divertida consternación. Tratándose de un monarca cuyos apologistas llamaban el Rey Romántico (*Romantiker auf dem Thron*, como se indica en Friedrich Wilhelm IV, s. f.) por hacerse rodear de humanistas e intelectuales, la deficiente sintaxis de su mensaje era un acicate difícil de ignorar para un adversario. La réplica de Marx, titulada “Ilustraciones sobre un reciente ejercicio estilístico de Federico Guillermo IV”, fue publicada el 17 de agosto de 1844 en el periódico *Vorwärts!*, un panfleto de izquierda para lectores alemanes avocados en París, con un tiraje de unos cuantos cientos de copias. Expondremos brevemente el tono de esta publicación, ya que constituye un perfecto ejemplo de troleo.

“La emoción inmediata es un mal escritor”, argumenta Marx (1844) en su escrito. “La carta que un amante escribe al objeto de su amor en un momento de gran excitación no es un modelo de estilo”, señala. Por lo tanto, la “apasionada falta de claridad y errática confusión” que se advierte en el mensaje del rey solo demuestran “la profunda sinceridad de la gratitud del Rey más allá de toda duda”. Continúa Marx:

Por la construcción de la oración inicial, podría pensarse a primera vista que los corazones reales fueron conmovidos por sus propios nombres. Si el asombro ante esta peculiar emoción lo hace a uno volver a pensarlo, se manifiesta que la conjunción relativa “que ha hecho que Nuestro corazón se conmueva” se refiere no al nombre, sino a la gratitud, más remotamente situada.

El uso del singular “Nuestro corazón” que hace Federico Guillermo IV al referirse a dos corazones, el de la reina y el suyo, “puede ser justificado como una licencia poética, una cordial expresión de la cordial unidad de la cordial pareja real”. Respecto a la decisión de su majestad de referirse a sí mismo en tercera persona (“en el nombre de Mí y el de la Reina”), Marx considera que “es un privilegio de grandes hombres y de los niños hacer que su nombre sea el sujeto de la oración”.

Así Marx sigue burlándose, por un trecho, de las capacidades e intenciones del rey de Prusia, trivializando de paso tanto el atentado como la suerte del monarca y el entusiasmo patriótico que había despertado entre sus partidarios. Todo esto fue, desde luego, un pequeño solaz para un Marx de 26 años, antes de proseguir con proyectos más ambiciosos. Pero el troleo ejecutado desde su pequeña tribuna anónima ubicada a una distancia que parecía asegurar la impunidad llegó a oídos de Federico Guillermo IV y provocó la reacción emocional esperada por el trol, aunque la respuesta fue un poco más intensa que lo que Marx hubiera deseado. El 7 de enero de 1845, un enviado prusiano se presentó en la corte del rey francés Luis Felipe: según comenta Wheen (2018), se trataba nada menos que del connotado naturalista Alexander von Humboldt.

Dos semanas después de la visita, la autoridad de París ordenó la expulsión de Karl Marx del territorio francés y el cierre permanente de la insolente revista *Vorwärts!*

Esta anécdota ilustra, de forma un tanto amplificada, la precedencia del troleo a los foros y redes sociales de internet. Al hacer esta afirmación, conviene discutir la diferencia que existe entre la sátira y lo que llamamos troleo. La sátira es ante todo un género literario en el que se censuran los vicios, la torpeza o los abusos humanos por diferentes métodos retóricos, como la ironía, el ridículo o la parodia (Elliott, 2019). Sin duda puede servirse de los elementos con que aquí hemos caracterizado al troleo, pero que no se agota en ellos. La sátira es inteligente; el troleo puede serlo, pero no necesita serlo. En el troleo, el subtexto —que es central para la sátira— no es tan importante como el efecto en el adversario. La sátira, a diferencia del troleo, no precisa que el adversario “muerda el anzuelo” para ser exitosa, sino que depende del ingenio y del estilo. Como señalan Mylonas y Kompatsiaris (2019, p. 37), el trol busca engañar al adversario respecto a sus verdaderas intenciones, la sátira no, o no necesariamente. Si bien el texto de Marx persigue ridiculizar al oponente como haría una sátira, no solo logra eso: al conducirlo a una respuesta emocional, consigue desplazar los términos en que está planteada la discusión.

Así, el texto de Marx puede ser descrito como sátira en cuanto a su género literario y a la vez como un troleo en términos de sus efectos comunicativos. Pero no toda sátira es troleo. En este caso, se ajusta a la caracterización del troleo que hemos delineado más arriba: inmiscuirse o responder una comunicación mediante comentarios irrelevantes, incendiarios u ofensivos, a través de elementos distractivos o fuera de tema, trivializando algo que otros consideran serio o importante, interactuando con la pretensión de arrastrar al adversario a una reacción o discusión fuera del marco del discurso. La respuesta emocional del contrincante es el triunfo del trol.

Sumemos a esta definición los elementos que según los críticos de “las redes”, como los que hemos citado al inicio de este ensayo, son propios y originales de internet y constitutivos de estas supuestas nuevas “formas de comunicación degradatorias”: el presunto anonimato, la confianza en la impunidad, la posibilidad de la libertad de expresión. Y también: la facilidad de difundir una opinión pública o entablar un diálogo con otros actores sociales que ofrece el acceso democrático a determinados medios técnicos. Como vemos, son todos supuestos aplicables a las condiciones en torno a la breve editorial escrita por Marx en *Vorwärts!*

No se propone aquí que Marx creyera en la realidad de estas condiciones, como tampoco asumiremos que los troles orgánicos actuales sean por definición tan ingenuos como para confiar ciegamente en ellas y que, bajo el estímulo de esa creencia, actúen en la forma que lo hacen. Lo que se propone es que un comentarista conservador

y tecnófobo podría alegar que las comunicaciones llenas de “odio” y sorna, que tanto Marx como los troles de hoy son capaces de ejecutar para “demonizar a los adversarios”, son propias o incluso exclusivas de unas condiciones materiales y epocales de degradación, una condición degenerada de lo social. Que no son una estrategia, acción dirigida a un fin o una práctica política. Cualquiera de los comentarios citados al inicio de este ensayo podría haber sido aplicado por los partidarios de Federico Guillermo IV a la breve columna escrita por Marx.

Frente a la oportunidad que se le ofrecía, Marx pudo haber defendido al perpetrador del atentado o concentrarse en sus motivos y así, desde esa perspectiva, atacar a su adversario político. También podría haber discurrido sobre la conveniencia o no de la violencia política. En cualquier caso, hubiera sido una actitud enmarcada dentro de la conversación que el monarca pretendía establecer al usar el lenguaje del “amor” en oposición al “crimen”, de la “Patria” en oposición a “nuestros” enemigos, del bien contra el mal. Como en otras ocasiones, Marx podría haber seguido el camino de la crítica. La tarea primordial de cualquier crítica, señala Butler (2002) al interpretar a Foucault, es poner en relieve el marco de evaluación. La del trol es, mediante una operación de engaño, ocultarlo y desplazarlo. Marx optó por el camino del troleo: humillar a su adversario por motivos ajenos al marco de la conversación y provocar una reacción emocional que transforme las reglas del debate. Como troleo, la réplica de Marx a la nota de agradecimiento del rey fue totalmente exitosa: logró que Federico Guillermo IV mordiera el cebo y provocó una reacción que, junto con hacerlo admitir todos los cuestionamientos a su intelecto que deslizaba el escrito, lo mostraron como el ruin déspota que Marx consideraba que era.

CÓMO SE INSERTA EL TROLEO EN UN ESPACIO DE DELIBERACIÓN PÚBLICA

El ejemplo tomado de la vida de Marx como activista político y polemista tiene la pretensión de desprender al troleo de internet, sus foros y sus plataformas sociales, para situarlo en el esquema de lo político, como una práctica política potencialmente inserta en un espacio público.

Hemos definido al troleo como una práctica, porque su comprensión en cuanto actividad depende de su inscripción en una racionalidad propia preconfigurada (Estrada Saavedra, 2003), en un lenguaje que los participantes dominan para relacionarse con sus (supuestos) pares. Como muestra nuestro ejemplo, pero como también han delineado otros autores al analizar diferentes formas de troleo en línea (Mylonas y Kompatsiaris, 2019; Zelenkauskaitė y Niezgodá, 2017), esta práctica puede ser ubicada dentro de lo político, entendido como el espacio donde se ponen de manifiesto las relaciones de poder entre gobernados y gobernantes o, en palabras de Rancière (2006), entre dos procesos

heterogéneos: el gobierno (la policía) y la igualdad (la emancipación). Cuando adquiere esta configuración, el troleo puede ser estudiado como una práctica política. Entendemos como práctica política una disciplina⁵ de acción que permite entablar un litigio.

Así, el troleo es una práctica política cuando su función es posicionar en la esfera pública, en el sentido de escenarios de discurso público (Habermas *et al.*, 1974), de interacción discursiva, de litigio y de dar cuerpo a una pretensión de modificar el reparto de lo sensible mediante una actualizada distinción entre amigo y enemigo. La provocación y la manipulación que caracterizan al troleo tienen por principal objetivo generar una respuesta emocional en el adversario que, al delatar intenciones, temperamentos o ideas que pretendían permanecer bajo la superficie, permita imponer nuevas oposiciones de términos para el litigio, desplazando, cambiando o socavando el encuadre de un discurso. Un troleo político efectivo es capaz de conducir a un adversario desprevenido a un terreno discursivo para el que no estaba preparado, a un espacio de deliberación impredecible, cuyas reglas no están completamente preestablecidas por la policía. Un espacio igualitario.

La caracterización que hemos hecho del troleo, incluyendo el ejemplo tomado de la biografía de Marx, es la de una racionalidad susceptible de tener un rol político en un espacio público. Pero ¿se corresponde el espacio generalizado de las plataformas sociales y foros de internet con una esfera pública, es decir, con un escenario de la vida social donde se puede conformar opinión pública? Este es un problema central cuya resolución escapa a las pretensiones del presente trabajo. Sin embargo, podemos señalar algunos elementos que nos parecen relevantes para entender la inserción del troleo, en el sentido que le hemos dado, en el contexto de las plataformas sociales de internet.

Por un lado, es difícil negar que se trata de un espacio que al menos ofrece la posibilidad del encuentro de sujetos comprometidos en una discusión racional sobre lo público. Sin embargo, como apunta Fraser (1999), Habermas presupone que la esfera pública es un espacio homogéneo o, al menos, uno donde los interlocutores pueden poner a un lado sus diferencias de estatus para deliberar como iguales. Asimismo, considera que este espacio presupone la ausencia de coacción (Habermas *et al.*, 1974). Aunque podríamos pensar que quizá internet promete algo más parecido a esta dimensión, que Fraser (1999) caracteriza como un "espacio de cero grados en lo cultural", sabemos que dicha promesa no se realiza. Además de ofrecer barreras de acceso y distribución de

5 Es una "estrategia" según el uso que Certeau (2013) le da al concepto: un cálculo de relaciones de fuerza que permite a un sujeto asumir una posición de lo propio que sirva de base para entablar relaciones con un otro y cuya síntesis toma la forma de un discurso. Pero simultáneamente este cálculo no es propio de un sujeto de poder y es dependiente del tiempo, de la capacidad de aprovechar "al vuelo" las oportunidades que se presenten, y en ese sentido se corresponde con una "táctica". Para evidenciar esta condición intermedia, proponemos el uso de la palabra *estratagema*, cuyo significado es un ardid o engaño artificioso temporalmente situado dentro de una batalla, pero que está hilvanado a un esquema de acciones estratégicas que reconocen un adversario.

todo orden, para considerar las plataformas sociales como un espacio público “neutro” habría que omitir que hay condiciones que preceden a lo político (y que afectan la autonomía de los sujetos) y actores a los que históricamente se les ha negado el principio de igualdad y su consecuencia. Internet no logra que las desigualdades sociales sistémicas sean eliminadas; simplemente es capaz de ocultarlas con más fuerza, de forma tal vez más impenetrable.

No obstante, es posible que esta fantasía sobre las bondades de una red igualitaria, donde todas las personas supuestamente parten de cero y operan bajo las mismas condiciones (se presume que nada nos obliga a delatar nuestro género ni la forma en que pronunciamos una lengua en particular, por ejemplo), constituya un escenario que permita que los individuos tomen posición frente a la posibilidad de personificar una visión utópica de la esfera pública y, por esa vía, ante la posibilidad de su propia subjetivación.

Si existe esta esfera pública en las plataformas sociales, aunque sea limitada o un mero teatro de deliberación, en la práctica se ofrece efectivamente para la proliferación de una multiplicidad de públicos con diferentes agendas y la posibilidad de su encuentro discursivo. Esto, desde la perspectiva de Habermas, señala Fraser (1999), constituiría un alejamiento de la democracia, no un acercamiento: siempre será preferible para la conceptualización del espacio público burgués una configuración homogénea, cuyo discurso se restrinja exclusivamente al bien común y no a posicionamientos particulares. En cambio, las plataformas sociales parecen un lugar privilegiado para la manifestación y construcción de públicos alternativos, contrapúblicos en el lenguaje de Fraser, que escenifican discursos paralelos al del “bien común”. Estos públicos se caracterizan por formular interpretaciones oposicionales de sus identidades e inventan nuevos términos para describir realidades sociales excluidas. Oponen lógicas que cuentan de modo diferente las partes de la comunidad, podríamos decir con Rancière (2006).

Al encuadrar el litigio en nuevas oposiciones de términos, es posible disputar el reparto de lo sensible. Sin embargo, para hacer ese reencuadre, es necesario desplazar al adversario político a una nueva arena discursiva. Una forma de lograrlo es a través de la práctica que denominamos *troleo*.

Como señala Fraser (1999), los contrapúblicos capaces de generar estas nuevas oposiciones también pueden ser explícitamente antidemocráticos y antiglobalitarios. El troleo es una estratagema a disposición de cualquiera, pero parece ser que como práctica política coordinada no ha sido disputada por la izquierda democrática, pese a que su uso por activistas orgánicos es frecuente. En contraste, existen indicios que tanto la derecha de países como Chile (Durán *et al.*, 2020) o Estados Unidos (Goldberg, 2020), como los gobiernos antidemocráticos de países como Rusia o Filipinas, entre muchos otros (Bradshaw y Howard, 2017), la han usado ampliamente, mezclándola con otros repertorios y tecnologías.

Esta podría ser una de las razones de la acusación contra las redes sociales y los troles de constituir un peligro para la democracia. No parece ser el caso. El alegato contra las *fake news*, donde se engloban las prácticas de difusión de información falsa a través de diversos medios, incluyendo los ejércitos de troles, también ha sido un tema común para comentaristas y figuras públicas. No obstante, dicha queja está enmarcada en otro tipo de análisis, sin mención de cuestiones tales como el “dogmatismo de los que se creen dueños de la verdad” o la “demonización del adversario” que se denuncia respecto de los troles orgánicos. Parece más probable que aquello que los comentaristas interpretan como las campanadas que anuncian el desmoronamiento de la democracia liberal tenga relación con las propiedades heterogéneas de las plataformas de internet, la confluencia y consolidación de contrapúblicos que estas han facilitado, y la promesa igualitarista a la que los individuos se sienten llamados (aunque sea fantasiosa). Asimismo, con la amenaza implícita de una creciente subjetivación y la posibilidad del establecimiento de una esfera pública sustantiva en oposición a la esfera pública ideal, burguesa, homogénea y orientada exclusivamente al “bien común”.

Podríamos decir que se trata del viejo temor al barullo, a la incertidumbre, que muestran especialmente las élites del poder (Mills, 1987) ante cualquier configuración de las cosas, reparto de lo sensible, donde ellos no conserven una parte privilegiada. Como señala Mills (1987), los miembros de la élite reconocen su posición social y sus acciones colectivas están dirigidas a la mantención de dicho orden. Uno de los aspectos que distingue a la élite contemporánea de otras castas gobernantes es el rol que en la mantención de su poder han jugado los medios de comunicación de masas y el control de la información. Las plataformas mediáticas de la actualidad ponen en entredicho la estabilidad de las masas y amenazan con la emergencia de una comunidad de públicos (Mills, 1987, p. 283) o contrapúblicos (Fraser, 1999), ya que alteran la proporción entre hablantes y oyentes, así como las normas informales que regulan quién puede hablar, cuándo y durante cuánto tiempo; la relación entre la formación de opinión y su realización en acción social; y el grado de intromisión de la autoridad en la comunicación pública y en la autonomía con la que se forman las opiniones. Y si la manifestación de este temor se dirige con especial energía contra el troleo es porque, en cuanto práctica política, es donde de forma más patente y pública se ofrece este barullo o amenaza en ciernes, la falta de reverencia ante aquellos que pretenden encarnar el bien común, “la afirmación de la ausencia de fundamento del poder” (Rancière, 2011). Con su capacidad de constituir una estrategia subversiva que desenmascara lo que hay bajo la superficie de dichas pretensiones y que persigue desplazar los marcos impuestos para deliberación, el troleo es un objeto ominoso para las élites.

INTERPELAR O DISPERSAR

Hemos buscado situar el troleo dentro del esquema de las prácticas políticas y lo hemos definido como una estrategia caracterizada por provocar y manipular al adversario para conseguir desplazar el marco discursivo impuesto. El sentido de esta estrategia es establecer un litigio a partir de la oposición de nuevos términos que permitan disputar el reparto de lo real o sensible. Para caracterizar el troleo en estos términos, además de delimitar sus aspectos constitutivos en cuanto acción comunicativa, procedimos a separarlo de una subcultura, momento, plataforma o tecnología específica. Para ello nos servimos de un ejemplo de la vida de Marx como polemista político.

Los troles pueden ser molestos, ofensivos, usar un lenguaje sucio, decir mentiras, llevar a cabo un sinnúmero de falacias (particularmente frecuentes son los argumentos *ad hominem*), entre otras atrocidades retóricas. También pueden ser extremadamente divertidos o, intentando serlo, ser extremadamente aburridos. Probablemente por todo aquello que hacen los troles cuesta tomar en serio al troleo.

Por ello, es necesario insistir en que lo que se ha buscado en este artículo es caracterizar al troleo y no al trol, cualesquiera que sean sus motivaciones psicológicas. El *troleo* como práctica política puede ser una práctica emancipatoria. La emancipación o libertad es aquello que constituye el sentido de la política. Como señala Arendt (1997, p. 69), la libertad puede ser “comprendida negativamente como no ser dominado y no dominar, y positivamente como un espacio solo establecible por muchos, en que cada cual se mueva entre iguales. Sin tales otros, que son mis iguales, no hay libertad”. O, desde otra perspectiva, siguiendo nuevamente a Rancière (2006), que a su vez se apoya en Aristóteles, libertad es “tener parte en el hecho de mandar y ser mandado”. El troleo como una práctica política se encontraría inscrito en esta concepción de la libertad, la de poder o no obedecer normas diferentes a las que me he impuesto a mí mismo. Esta es una teoría que tiende a ensanchar el poder colectivo, la democracia, en oposición a la teoría de la libertad como la facultad de realizar ciertas acciones sin ser impedido por la sociedad o el Estado, la teoría liberal clásica, cuyo efecto es restringir el poder colectivo (Bobbio, 2009). La libertad jurídica y autonomía política implícita en la estrategia del troleo no presupone que mis actos no deban perjudicar a nadie. La práctica de troleo encierra, por el contrario, la distinción entre amigo y enemigo (Schmitt, 2006), así como la de un “nosotros” constitutivo de una comunidad política que afronta la legítima existencia de un adversario con derecho a defender sus ideas en una oposición agonal (Mouffe, 1999, p. 16): “El enfrentamiento agonal, lejos de representar un peligro para la democracia, es en realidad su condición misma de existencia”.

Así, no existe el troleo sin la aceptación tácita del derecho del adversario. Esto no implica que no existan casos en que el troleo pueda ser “nocivo” para la democracia (lo que queda demostrado por el uso de la estrategia por parte de contrapúblicos

antidemocráticos), sino que el troleo como práctica política no sería constitutivamente antidemocrático, porque la democracia, en el sentido aportado por Mouffe (1999), sería uno de los requisitos de su realización.

El propósito de este ensayo no es defender al troleo como una práctica que se pueda privilegiar en el debate político. Los troles, independientemente de sus agendas, pueden ser perjudiciales dentro de algunas comunidades (Cheng *et al.*, 2017). Pero tampoco pretendemos valorar el fenómeno en términos éticos. La intención de este texto es situar el troleo en el espacio de la esfera pública, describirlo en términos de sus usos, posibilidades y relaciones, y aproximarnos a criterios que nos permitan juzgarlo como una práctica, no como una misteriosa entidad u organización, ni como otras acciones o costumbres de la sociedad en línea, sin restarle importancia. Explorar una de las maneras en que un espacio habitualmente descrito como de mera circulación puede configurarse en un espacio de manifestación de un sujeto. Rescatando la analogía de Rancière (2006), interpelar al manifestante, no dispersar la manifestación.

La intervención policial en el espacio público no consiste, primero, en interpelar a los manifestantes, sino en dispersar las manifestaciones. [...] La policía dice que no hay nada que mirar en una calzada, nada que hacer, salvo circular. Dice que el espacio de circulación solo es espacio de circulación. La política consiste en transformar este espacio de circulación en espacio de manifestación de un sujeto. (p. 71)

REFERENCIAS

- Anti Troll FAQ. (3 de noviembre del 2002). http://www.hyphenologist.co.uk/killfile/anti_troll_faq.htm
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?* Paidós.
- Bartlett, J. (2016). *The dark net. Inside the digital underworld*. Melville House.
- Bishop, J. (2014). Representations of “trolls” in mass media communication: a review of media-texts and moral panics relating to “internet trolling”. *International Journal of Web Based Communities*, 10(1), 7-24.
- Bobbio, N. (2009). *Teoría general de la política* (Trads. A. de Cabo y G. Pisarello). Trotta.
- Bradshaw, S., y Howard, P. N. (2017). *Troops, trolls and troublemakers: a global inventory of organized social media manipulation [working paper]*. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/troops-trolls-and-trouble-makers-a-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation/>
- Bu, Z., Xia, Z., y Wang, J. (2013). A sock puppet detection algorithm on virtual spaces. *Knowledge-Based Systems*, 37(January), 366-377. doi:10.1016/j.knosys.2012.08.016

- Butler, J. (2002). What is a critique. An essay on Foucault's virtue. En D. Ingram (Ed.), *The political* (pp. 212-228). Blackwell.
- Calvo, E., y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- Certeau, M. de. (2013). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C., y Leskovec, J. (2017). Anyone can become a troll: causes of trolling behavior in online discussions. En *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing* (pp. 1217-1230). <https://doi.org/10.1145/2998181.2998213>
- Coleman, G. (2012). Phreaks, hackers, and trolls and the politics of transgression and spectacle. En M. Mandiberg (Ed.), *The social media reader* (pp. 99-119). Nueva York University Press.
- Donath, J. (1999). Identity and deception in the virtual community. En M. A. Smith y P. Kollock (Eds.), *Communities in cyberspace* (pp. 27-57). Routledge.
- Durán, P., Lawrence, T., y Fernández, J. E. (17 de octubre del 2020). La red social Twitter y el proceso constituyente: el caso de las cuentas anómalas. *CIPER*. <https://www.ciperchile.cl/2020/10/17/la-red-social-twitter-y-el-proceso-constituyente-el-caso-de-las-cuentas-anomalas/>
- Elliott, R. C. (7 de febrero del 2019). Satire. En *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/satire>
- Encyclopedia Dramatica. (s. f.). En *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia_Dramatica
- Estrada Saavedra, M. (2003). ¿Acción o práctica política? Notas en torno a un programa de investigación sobre la distinción conceptual entre lo social y lo político. *Estudios Sociológicos*, 21(1), 191-200. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59806108>
- Fraser, N. (1999). Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. *Ecuador Debate. Opinión Pública*, 46, 139-174.
- Friedrich Wilhelm IV. (s. f.). En *Wikipedia*. https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Wilhelm_IV
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Goldberg, G. (24 de marzo del 2020). Dumping, astroturfing and trolling. <https://geoffgolberg.medium.com/dumping-astroturfing-and-trolling-2d9aa68b9ba3>
- Habermas, J., Lennox, S., y Lennox, F. (1974). The public sphere: an encyclopedia article (1964). *New German Critique*, (3), 49-55. doi:10.2307/487737

- Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: from user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6(2), 215-242. doi:10.1515/jplr.2010.011
- Howard, P. N. (2020). *Lie machines: how to save democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. Yale University Press.
- Keller, F., Schoch, D., Stier, S., y Yang, J. (2017). How to manipulate social media: analyzing political astroturfing using ground truth data from South Korea. En *Proceedings of the 11th International AAAI Conference on Web and Social Media, ICWSM 2017* (pp. 564-567). AAAI Press.
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., y Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1), 69-85. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- Linville, D. L., y Warren, P. L. (2020). Troll factories: manufacturing specialized disinformation on Twitter. *Political Communication*, 37(4), 447-467. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1718257>
- Marx, K. (1844). Illustrations of the latest exercise in cabinet style of Frederick William IV. En *Militant Archive*. https://wikirouge.net/texts/en/Illustrations_of_the_Latest_Exercise_in_Cabinet_Style_of_Frederick_William_IV#cite_note-1
- Merriam-Webster. (s. f.). Trolling. En *Merriam-Webster.com dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/trolling>
- Mills, C. W. (1987). *La élite del poder*. Fondo de Cultura Económica.
- Montes, L. (11 de junio del 2020). Reflexiones para los en-redados. *El Mercurio*, p. 3.
- Montes, R. (7 de febrero del 2020). Ascanio Cavallo: "Las redes sociales están cumpliendo un papel fascista". *Diario Financiero*, pp. 16-17.
- Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Paidós.
- Mylonas, Y., y Kompatsiaris, P. (2019). Trolling as transgression: subversive affirmations against neoliberal austerity. *International Journal of Cultural Studies*, 24(1), 34-55.
- Papacharissi, Z. (2005). The real/virtual dichotomy in online interaction: a meta-analysis of research on new media uses and consequences. *Communication Yearbook*, 29, 215-238. doi:10.1080/23808985.2005.11679048
- Phillips, W. (2015). *This is why we can't have nice things. Mapping the relationship between online trolling and mainstream culture*. The MIT Press.

- Rancière, J. (2006). *Política, policía, democracia* (Ed. I. Trujillo; Trad. M. E. Tijoux; 1.ª ed. en Chile). LOM Ediciones.
- Rancière, J. (2011). *El tiempo de la igualdad. Diálogos sobre política y estética*. Herder.
- Romero, J. (27 de agosto del 2018). Habla el universitario acusado de amenazar a Cecilia Pérez: “Para mí esto es un *show* mediático, es absurdo y no tiene ninguna base legal”. *The Clinic*. <https://www.theclinic.cl/2018/08/27/habla-el-universitario-acusado-de-amenazar-a-cecilia-perez-para-mi-esto-es-un-show-mediatico-es-absurdo-y-no-tiene-ninguna-base-legal/>
- Roth, K. (2020). La amenaza global de China para los derechos humanos. En Human Rights Watch (Org.), *Human Rights Watch World Report 2020: Events of 2019*. <https://www.hrw.org/es/world-report/2020>
- Schmitt, C. (2006). *El concepto de lo político. Texto de 1932 con un prólogo y tres corolarios*. Alianza Editorial.
- Shaffer, K. (2019). *Data versus democracy. How big data algorithms shape opinions and alter the course of history*. Apress.
- Smith, M. A., y Kollock, P. (Eds.). (1999). *Communities in cyberspace*. Routledge.
- Terradas Saborit, I. (1992). *Eliza Kendall. Reflexiones sobre una antibiografía*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Warnken, C. (18 de junio del 2020). La epidemia de la intolerancia. *El Mercurio*, p. 3.
- Wheen, F. (2018). *Karl Marx. La biografía* (Trad. R. Fontes Muñoz). Debate.
- Zelenkauskaite, A., y Niezgodna, B. (2017). “Stop Kremlin trolls:” ideological trolling as calling out, rebuttal, and reactions on online news portal commenting. *First Monday*, 22(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i5.7795>

LA CREACIÓN DEL RITO: ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA PROTESTA SINDICAL A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL TWITTER DURANTE EL ESTADO DE PANDEMIA

EDUARDO YALÁN DONGO*

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
pcpueyal@upc.edu.pe

Recibido: 13/11/2020 Aceptado: 30/1/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4954>

RESUMEN. El objetivo de este artículo es analizar la práctica de la protesta como ritual registrado a través de la plataforma Twitter durante el estado de pandemia. Para ello, desde un enfoque cualitativo que asume técnicas de análisis sociosemiótico, la presente investigación toma como corpus o realidad empírica de análisis las publicaciones con material audiovisual hechas en Twitter por el Sindicato de Trabajadores Obreros/as de Limpieza Pública (SITOBUR) durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre del 2020, marco temporal en el que las protestas laborales se exacerbaban durante la pandemia. Siendo el interés no el devenir protesta del rito, sino el devenir rito de la protesta, se considera a la semiótica del ritual como concepto vital para la producción de sentido de la práctica de la protesta, no solo desde la perspectiva de su desempeño estético, sino también como cooperante con la direccionalidad de dicha práctica. Los resultados del análisis sociosemiótico nos conducen al reconocimiento del acecho como forma significativa del rito presente en la protesta en su desarrollo espacial, temporal, actancial y práctico.

PALABRAS CLAVE: semiótica de la protesta / rito / protesta sindical / ciberprotesta / grupos sociales subalternos

* Magíster en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica del Perú (véase: <https://orcid.org/0000-0002-0143-4973>).

THE CREATION OF A RITE: A SEMIOTIC ANALYSIS OF A UNION PROTEST THROUGH THE TWITTER SOCIAL NETWORK DURING THE STATE OF PANDEMIC

ABSTRACT. This article aims to analyze protest practices as a ritual registered through the Twitter platform during the state of pandemic. To that end, from a qualitative approach using social semiotics analysis techniques, this research takes as corpus or empirical reality of analysis tweets with audiovisual content posted by the Sanitation Workers' Union (SITOBUR) from June to September 2020, the time frame during the pandemic in which labor protests were exacerbated. Since the interest is not the becoming protest from the rite but the becoming rite from the protest, the semiotics of the ritual is considered a vital concept for the production of meaning in protest practices, not only from the perspective of its aesthetic performance but also as an element cooperating with the directionality of such practice. The results of the social semiotics analysis lead us to recognize lurking as a significant form of rite which is present in the protests during their spatial, temporal, actantial and practical development.

KEYWORDS: semiotics of protest / rite / union protest / cyber protest / subaltern social groups

A CRIAÇÃO DO RITO: ANÁLISE SEMIÓTICA DO PROTESTO SINDICAL POR MEIO DA REDE SOCIAL TWITTER DURANTE O ESTADO DE PANDEMIA

RESUMO. O objetivo deste artigo é analisar a prática do protesto como ritual registrado por meio da rede social Twitter durante o estado de pandemia. Para tanto, a partir de uma abordagem qualitativa que pressupõe técnicas de análise sócio-semiótica, a presente pesquisa toma como *corpus* ou realidade empírica de análise as publicações com material audiovisual no Twitter do Sindicato de Trabalhadores da Limpeza Pública (SITOBUR) durante o mês de junho, julho, agosto e setembro de 2020, período em que os protestos trabalhistas foram exacerbados durante a pandemia. Uma vez que o interesse não é o devir protesto do rito, mas o devir rito do protesto, a semiótica do ritual é considerada um conceito vital para a produção de sentido na prática do protesto, não apenas do ponto de vista de sua performance estética, mas também cooperando com a direcionalidade da referida prática. Os resultados da análise sócio-semiótica nos levam ao reconhecimento da perseguição como uma forma significativa do rito presente no protesto em seu desenvolvimento espacial, temporal, actancial e prático.

PALAVRAS-CHAVE: semiótica do protesto / rito / protesto sindical / protesto cibernético / grupos sociais subalternos

INTRODUCCIÓN

La pandemia global por el nuevo virus SARS-CoV-2 fue el telón de significativas y transversales manifestaciones políticas, desde las protestas provocadas por el incidente de George Floyd en Estados Unidos (Valentine *et al.*, 2020) hasta las movilizaciones contra la vacancia presidencial y el breve gobierno de Manuel Merino en el Perú. Según la Defensoría del Pueblo (2020), los conflictos sociales registrados en nuestro país durante los dos primeros meses del año 2020 tuvieron como temáticas protagónicas asuntos de gobierno nacional (7,4 %), local (5,3 %) y en menor medida laboral (3,2 %). Asimismo, a pesar del cierto silencio de los conflictos sociales por el confinamiento colectivo, el número de protestas se incrementó entre los meses de mayo y junio, en los que se reportaron 54 casos, de los cuales el 43 % correspondía a asuntos de gobierno nacional y el 39 % era de tipo laboral. No obstante, y pese a su relevancia discursiva, los conflictos sociales sobre temáticas laborales (despido arbitrario durante la pandemia) no han adquirido la notoriedad mediática de las protestas que sí obtuvieron los asuntos de gobierno nacional.

A pesar de una fuerte restricción espacial y el impedimento de la movilización por parte de los gobiernos durante la pandemia, la protesta laboral se ha mantenido en un limitado desplazamiento en el espacio público. El estado de emergencia activo ha forzado a los sindicatos de trabajadores a permitir circular sus demandas a través de la convergencia entre los espacios digitales y la restringida ocupación del espacio público. El rol de las plataformas digitales (Twitter, Facebook, Instagram) ha permitido que las formas de realización de la protesta política en la plaza pública posean una cobertura mayor que las tradicionales formas de representación realizadas por los medios masivos (televisión, radio) (Creech, 2020). A raíz de esto, las interacciones y situaciones intersubjetivas de la protesta no solo encuentran realización en los espacios públicos que van configurando el desplazamiento intempestivo de los actores sociales, sino en la construcción convergente de una protesta *online* que repercute en sus prácticas y estrategias de interacción.

A partir de este contexto, nuestro objetivo es el análisis de las prácticas de protesta *offline* transmitidas a través de plataformas digitales por parte de sindicatos de trabajadores durante el estado de pandemia global (2020) en el Perú. Considerando a la protesta como práctica democrática, es decir, como un encadenamiento predicativo enmarcado en un proceso de enunciación colectiva en el que se confrontan diversas formas de vida (Oliveira, 2014; Greimas, 1980), el tipo de protesta que nos interesa analizar se realiza desde la perspectiva del rito.

Nuestro punto de partida asumirá la perspectiva del rito no para reconocer sus características étnicas como protesta social, sino, en un camino inverso, para aproximarnos a la protesta como rito. La literatura sobre la protesta digital (Panagiotopoulos, 2012;

Vaccari y Valeriani, 2015; Shenton, 2020) y la protesta en espacios públicos (Fillieule y Tartakowsky, 2015; Panfichi y Coronel, 2014; Osisanwo e Iyoha, 2020; Domínguez y Malca, 2019) es abundante y de gran actualidad. No obstante, presenta un vacío de investigación respecto a las consideraciones de la protesta como práctica ritual. Si bien existen estudios sobre el devenir protesta de la práctica ritual (Vigil, 2017; De los Ríos y Molina, 2020; Sokolova, 2020), no se ha encontrado ninguno sobre el devenir rito de la protesta. Siendo esta última la perspectiva del presente artículo, se reconoce al ritual como un concepto vital para la producción de sentido de la práctica de la protesta en el espacio público, el cual ha cobrado mayor sentido durante el estado de pandemia global.

En esta línea, nos interesa presentar al rito no solo como parte del desempeño estético de la protesta, sino como cooperante con la direccionalidad de dicha práctica. En este camino, se define y tipifica el concepto de actante en la protesta, así como la presentación de una semiótica del rito, como marco conceptual para el desarrollo de la investigación. Asimismo, se asume como corpus o realidad empírica de análisis el caso del Sindicato de Trabajadores Obreros/as de Limpieza Pública (SITOBUR), a propósito de un despido masivo de 800 obreras por parte de la Municipalidad de Lima durante el mes de julio del 2020, que desembocó en un enfrentamiento con las *figuras de autoridad* municipal (Landowski, 1993) tanto en el espacio físico como digital (Twitter del sindicato). La metodología que guía el estudio es la hermenéutica cuyas técnicas de análisis serán propias de la sociosemiótica (Greimas, 1980; Landowski, 2012) interesada en las presentificaciones del sentido, la circulación de los valores en el campo social y los modos de personificación de las interacciones y situaciones en formas de vida. Los documentos de análisis reunidos de la protesta fueron producidos por la cuenta de Twitter de SITOBUR durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre del 2020. También se atenderán específicamente las interacciones digitales audiovisuales como objeto de estudio (50 interacciones audiovisuales en su cuenta de Twitter entre *threads*, *live-streaming*, *retuits* y *tuits*). En este sentido, la investigación asume una semiótica de las interacciones (y sus modos de lo aleatorio) y del espacio, detenida en la descripción de la confrontación de formas de vida y la convergencia de distintos regímenes espaciales en la protesta.

ACTANTES DE LA PROTESTA ONLINE Y OFFLINE

Desde la semiótica, la práctica es una interacción presentada como productora de valor en el espacio social; su diferencia epistemológica frente a otras disciplinas es el hacer narrativo y la articulación sintagmática de un proceso ligado al espacio-tiempo (Fontanille, 2014). Esto quiere decir que la práctica se presenta como un encadenamiento predicativo enmarcado en un proceso de enunciación colectiva en el que se confrontan diversas formas de vida, miradas, acciones, gestos y enunciados (Oliveira, 2014; Greimas, 1980). Desde este punto de vista, la protesta es entendida como una práctica que puede

ser estudiada desde sus dinámicas y motivos narrativos vivos en la interacción en el espacio público. Uno de los estudios más importantes desde esta perspectiva es el de Landowski (1993), quien desarrolla una tipología conflictual que va desde el debate, la lucha, la usurpación, el consenso y la discordia, entre otras interacciones narrativas, como productos del conflicto de figuras de autoridad (gobierno y ciudadanía). Por ello, al considerarla narrativa viva de la experiencia, la protesta presenta no solo componentes predicativos que dinamizan la práctica, sino actantes sociales que ejecutan y dramatizan las acciones contenciosas.

En su breve introducción a la semiótica de la protesta, Leone (2012) propone cuatro núcleos semánticos de la protesta expresados narrativamente (en escenas y principalmente en actantes): la objetividad, el antagonismo, la asimetría de las agentividades y la comunicación o expresividad. Sobre la primera característica, se afirma una objetualidad del deseo de la protesta, así como una teleología que moviliza las acciones de la protesta. El objeto de la protesta es preciso, no es abstracto. El segundo núcleo semántico, el antagonismo, presenta a la protesta como una relación entre dos actantes que ejecutan una dinámica narrativa, el sujeto de protesta y el objeto de deseo preciso. Esta descripción es compartida por Panfichi y Coronel (2014), quienes sugieren la siguiente definición: "El conflicto social es una relación de oposición entre actores que buscan controlar el mismo objeto" (p. 15). Por su parte, la asimetría de las agentividades coloca ritmo a estas entidades retratándolas como lo alto y lo bajo, lo mayor y lo menor, pues quien protesta se encuentra generalmente en menor capacidad y competencia de actuar. Finalmente, se reconoce la comunicación o expresividad de la protesta como la abstención, el silencio, el grito, el grafiti, etcétera. Esta última se convierte en la pretensión primera cuando los canales democráticos instituidos son escasos o nulos, lo cual puede motivar una expresividad y comunicación intensificadas como parte de una acción colectiva contenciosa (Panfichi y Coronel, 2014).

Los roles actanciales presentados por Leone (2012) pueden ser contrastados o reconocidos en el marco de una literatura más vasta. Para Fillieule y Tartakowsky (2015), el espacio de la lucha acoge no solo a los manifestantes y a las fuerzas del orden que se reúnen para animar la confrontación; también cumplen un rol importante el público y los observadores. Por un lado, los manifestantes se presentan como el grupo potencial, aquellos que pueden participar dentro de una democracia directa, participativa, pero también sujetos representados por roles instituidos. Entre los manifestantes conviven las personalidades encargadas de la interacción directa con las fuerzas del orden y los demandados directos; los organizadores, agentes estratégicos que componen los recorridos y las dinámicas de interacción; y, finalmente, los manifestantes sin grupo, los cuales pueden endosar sus simpatías sin que, por ello, formen parte de la organización sindical o el movimiento concreto. Este esquema es convergente con el propuesto por Tilly (1978), quien reconoce dos principales actores: el gobierno y los contendientes; los primeros

controlan y concentran los sistemas de coerción; los segundos son definidos como retadores en tanto poseen recursos materiales para asumir la confrontación. Dentro de estos antagonismos, la prensa desarrolla un programa de metas específicas. Su funcionalidad depende de la naturaleza de la mediación, perspectivización y perfilamiento (Domínguez y Malca, 2019), a veces motivada por la mercantilización de la protesta como historia que pueda circular y generar un retorno de inversión; otras veces, su modelo independiente permite registrar puntos de vista de la protesta que no se encuentran en la circulación mediática, atender la demanda del discurso y no tanto los efectos prácticos de este. De estas mediaciones depende la representación de los manifestantes como “luchadores por la libertad”, “saboteadores” o “ciudadanos respetuosos de la ley” (Osisanwo e Iyoha, 2020). En cuanto al público o a la también denominada “opinión pública”, su programa es definido como una nebulosa, sujetos que pueden adoptar un rol escópico, fisgón en algunos casos o conservador y lejano en otros. Así, el público se convierte en un actante que puede construir futuros endoses o empatías con el movimiento de protesta, desde la participación de manifestantes sin grupo definido que ejecutan roles activos de la lucha hasta sujetos reactivos e indiferentes a la práctica.

Las interacciones digitales en la protesta suponen la participación de distintos actantes o personajes que animan el relato del acto político de la protesta. Por una parte, se encuentran los manifestantes (sindicatos, movimientos identitarios, partidos emergentes) y su movilización colectiva digitalizada, que buscan aprovechar las oportunidades posibles para comunicarse con sus miembros y escuchar sus preocupaciones por los cambios laborales y socioeconómicos, o bien sus demandas políticas concretas (Panagiotopoulos, 2012). Por otra parte, se tienen dos roles concretos en redes sociales de participantes no solo con el discurso de sindicatos y organizaciones de trabajadores, sino en protestas coyunturales específicas: los roles activos y los roles semiactivos, también denominados *posters* y *lurkers*. Los *posters* son actantes activos de las interacciones digitales, quienes expresan sus roles políticos a través del uso de memes, *hashtags* u otras publicaciones. Como sujetos activos productores de discursos, se someten a la polarización que refuerza el antagonismo de la práctica y la oposición de la lucha. En este sentido, se pueden distinguir *posters* partidarios, defensores, liberales y conservadores (Shenton, 2020), según la práctica. Por su parte, los *lurkers* son mayorías silenciosas que interactúan, leen la información publicada por las organizaciones de protesta, pero no publican o emiten enunciados de apoyo en sus interacciones digitales (Sun, Rau y Ma, 2014). Presentes también en procesos no políticos como el *e-commerce* (Nonnecke, Preece y Andrews, 2004), en su calidad de roles semiactivos de la protesta, los *lurkers* (acechadores, merodeadores digitales), generalmente jóvenes (Panagiotopoulos, 2012), pueden movilizar al movimiento social sin necesariamente producir contenidos o discursos claros (Neumayer y Schoßböck, 2011). Autores ocupados en el estudio de las dinámicas de estos dos actantes digitales (*posters* y *lurkers*) apoyan esta tendencia en

la protesta política afirmando una mayor participación de los *lurkers* como acechadores que, si bien no crean contenido digitalmente, producen interacciones más frecuentes (Williams *et al.*, 2012). A partir de esta característica potencial de los *lurkers*, su acecho ha motivado un replanteamiento de su categoría como *listeners* (Crawford, 2009), actantes digitales que escuchan, ven y circulan con ello demandas, enunciados y posturas políticas. Al definirse como *listeners*, los actantes participantes producen efectos de sentido de atención a los enunciados y prácticas digitales de la protesta organizada por los sujetos de deseo, esto es, los manifestantes, quienes atienden al sentimiento de ser escuchados por una comunidad más grande que difunde las ideas sindicales o del movimiento manifestante (Vaccari y Valeriani, 2015).

SEMIÓTICA DEL RITUAL

Tal como es presentado dentro de la teoría semiótica, el rito forma parte de la perspectiva etnosemiótica (Greimas y Courtés, 1991, p. 128). Esta última funciona como una disposición metodológica orientada hacia la observación de la producción del sentido en prácticas sociales cuyas expresiones no necesariamente son lingüísticas (Marsciani, 2007). Como parte de la etnosemiótica, el semiotista se ocupa del análisis de los rituales, las ceremonias colectivas y los comportamientos corporales en el espacio de cara a habilitar modelos generales de significación (Greimas y Courtés, 1982). En este espectro metodológico, el rito se comporta como la realización somática y la repetición diferencial comprendida en un sintagma activo en un espacio y dependiente de una semiótica del mundo natural (Greimas y Courtés, 1991, p. 129).

La construcción del rito compromete una doble manifestación. Por un lado, la programación del rito, es decir, en una práctica susceptible a ser narrativizada. Al ser una escena codificada o estable, el rito presenta características en la organización secuencial del sintagma de la interacción. Según Fontanille (2014), en este nivel, el ritual se presenta en un curso de acción, un encadenamiento y ordenamiento de gestualidades, acciones y enunciados determinados narrativamente por la creencia entre dos sujetos. Por ejemplo, en el ritual funerario: el velorio, el entierro y el posentierro (Finol y Fernández, 1999). Los encadenamientos se convierten en estrategias semióticas convergentes a los desenvolvimientos del cuerpo y el espacio que acoge sus desplazamientos (y que a la vez son producidos por estos) (Finol, 2006) y que pueden ser asegurados por conjuros, palabras-valija, encantamientos o enunciados que aseguran la transformación del mito (Knowlton, 2015).

Por otro lado, el rito comporta una experiencia fenoménica e intensiva donde los participantes de la práctica se encuentran relacionados por el eje de la creencia. Si bien la creencia ejecuta no solo la relación de estabilidad hacia un atavismo o norma expresada en el rito, también, en algunos casos, puede construir un escenario evenemencial,

una creencia de los participantes de estar comprometidos con un acontecimiento no retratado del espectáculo habitual (Fontanille, 2014, p. 144). Es a diversos grados de ejecución del acontecimiento en la práctica del rito que los participantes producen efectos de sentido distintos, desde prácticas rutinarias (el “almuerzo familiar” o “la salida de los domingos”) hasta puntos más extremos de la ritualización en prácticas inauditas (el sacrificio, el rito funerario). De aquí que se entiendan como rituales automáticos o microrrituales a aquellas prácticas cuya creencia no exige un despliegue intensivo más que extensivo (Quezada Macchiavello, 2009), mientras que son rituales evenemenciales aquellos que precisan un repunte y despliegue de la intensidad en la creencia.

El ritual propicia la transformación y devenir de un estado a otro, de una manifestación a otra. Es decir, de una fase liminar (no ser), donde toda identidad queda suspendida (fractura), hasta una fase de agregación (ser), determinada hacia un fin (Solís y Fontanille, 2012). En el decir de Quezada Macchiavello (2009): “El ‘acontecimiento’ hace, pues, la resistencia de la significación, pero, a la vez, la provoca” (p. 90). De manera más específica, la semiótica propone comprender el rito como práctica atravesada por estas dos fases comprometidas con un despliegue del tiempo de la experiencia social en sus dos manifestaciones fenomenológicas. En primer lugar, como tiempo cronológico (pasado, presente, futuro) y, en segundo lugar, como tiempo sentido o subjetivo (profundidad). De la interacción entre ambas semióticas temporales se produce una temporalidad del ritual de manifestaciones cíclicas, grupales y nómadas (Solís y Fontanille, 2012). De ahí que no solo la repetición, la lentitud y la celeridad sean las dinámicas del tiempo del ritual (sosiego), sino también la fractura, la intensificación y la expansión (Solís, 2016).

En este sentido, el rito no solo transparenta las normas sociales hacia niveles de creencia organizados, sino que también produce, compone y sostiene el creer de la práctica ritual (Finol, 2006; Solís y Fontanille, 2012). Esta presentación del acontecimiento en el rito es desarrollada por Geist (2006), quien estudia los festejos de hikurineixa y tateineixa en el pueblo huichol de San Andrés Cohamiata, los cuales sofocan el tiempo rutinario para construir una profundidad temporal y rítmica del acontecimiento en la práctica. Este es importante porque presenta el devenir indiscernible del rito a partir de la semiótica de la fractura de Greimas (1997) y la fisonomía semiótica del desastre de Zilberberg (2006).

Para Geist (2006), el orden de la fractura en Greimas (1997) permite una inversión epistemológica del sujeto hacia la eventualidad del objeto que rebasa, excede y descompone la sobriedad del hacer del sujeto, creando efectos de sentido como la desmesura, el silencio envuelto en un sentir y la imposibilidad de conversión lingüística de lo acontecido (Greimas, 1997, p. 33). Este esquema de conmoción subjetal o fractura del hacer en un no-hacer se consigue a través de prácticas rituales que borran las distinciones sujeto-objeto por medio de la disciplina rítmica y la celeridad (Geist, 2006, p. 279). De

aquí la injerencia de la semiótica del desastre de Zilberberg (2006) en el trabajo de Geist (2006), quien ofrece una atención más detenida a la fractura y la conmoción greimasiana a través del estudio del desarrollo de los modos de existencia de las magnitudes del tiempo y la tonicidad (valencias de la intensidad) como determinantes de la temporalidad y la espacialidad del fenómeno (Zilberberg, 2006, p. 190).

Las relaciones entre la protesta y el ritual suelen ser abordadas orientando el ritual —étnico, por ejemplo— hacia su devenir político, en forma de movilización contenciosa y protesta social (De los Ríos y Molina, 2020). Desde este punto de vista, el rito se trata como una práctica de protesta alternativa de participantes que buscan autorrepresentarse ante una falta de acceso a la esfera pública instituida (Sokolova, 2020). Así, por ejemplo, el ritual funerario adquiere una potencia contrahegemónica al reconocerse elementos de una cultura oral, autorrepresentativa y participativa (Vigil, 2017), pero también representa un punto de fuga emocional para los participantes respecto de la enajenación afectiva de las prácticas rutinarias y mundanas (Sokolova, 2020). No obstante, existe un vacío de la investigación respecto a las consideraciones de la protesta como práctica ritual. Aquí se estudia al ritual como concepto vital de la práctica de la protesta, no solo desde la perspectiva de su desempeño estético, sino de su direccionalidad, capaz de durar en el tiempo, es decir, potencialidad de permanencia desligada de un mero desahogo de la intensidad (más cercana a la queja).

METODOLOGÍA

La presente investigación es de carácter cualitativo y su método es el hermenéutico, pues busca comprender el desarrollo de la significación a través del análisis e interpretación de un corpus de estudio delimitado. El análisis de la práctica del rito en la protesta se basó en el modelo sociosemiótico planteado por Landowski (1993, 2007, 2012), Greimas (1980, 1997), Fontanille (2014), y está vinculado de forma transversal al punto de vista tensivo de Zilberberg (2006, 2018). A partir de este modelo, la indagación se posicionó en el concepto de representatividad, cuyo propósito comprende la selección de un conjunto finito de enunciados (lingüísticos y comportamentales) relacionados para someterlos a una descripción exhaustiva y coherente con la temática de investigación. En este mismo sentido, el corpus delimitado (semiótica-objeto) permite una proyección en categorías de sentido que aspiren a la proposición de un modelo (Greimas y Courtés, 1982).

El corpus de esta investigación es sintagmático (Greimas y Courtés, 1982), es decir, un número de data como conjunto de variantes pertenecientes a un mismo autor, en este caso, el Sindicato de Trabajadores Obreros/as de Limpieza Pública de Lima (SITOBUR). La pertinencia del caso se debe a que, en el Perú, según la Defensoría del Pueblo, las protestas laborales son constantes, pero menores en porcentaje (3,2 %) respecto a otro tipo de protestas como las coyunturales (7,4 %), ambientales (68 %) y políticas (10,6 %). No

obstante, la situación de pandemia en el Perú ha colocado a las temáticas laborales en el primer lugar de la agenda de conflictos coyunturales (Defensoría del Pueblo, 2020). Es importante recordar que durante este período SITO BUR solicitaba que la Municipalidad de Lima acatara la sentencia del Poder Judicial del Perú que ordenaba pasar a planilla de la entidad edil a 709 obreras de limpieza pública. La pandemia logró refrenar las protestas por la imposibilidad de las manifestantes de acceder al espacio público; sin embargo, las estrategias prácticas de la protesta se reanudaron a partir de junio.

A través de la herramienta de análisis Twitonomy, se logró identificar las principales interacciones durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre del 2020, período en el que se registraron más incidencias en la protesta por parte del sindicato, debido a la intensidad de sus relaciones con la municipalidad. Asimismo, se asumieron los meses de agosto y septiembre como continuidades que, si bien no tuvieron una intensidad de publicación de contenidos por parte del sindicato, permiten apreciar el registro posterior a la intensidad de la protesta.

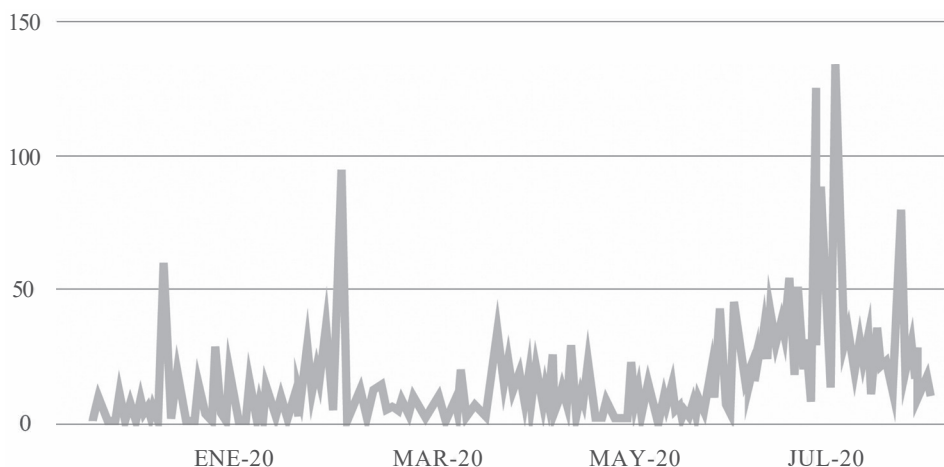


Figura 1. Registro de producción de contenido en Twitter por parte de SITO BUR

Fuente: elaboración con la herramienta de análisis de data Twitonomy

La cuenta en Twitter de SITO BUR posee un total de 11,53 tuits por día, 2647 menciones, 2168 retuits, 401 réplicas y 952 *hashtags*. Igualmente, se registra un nivel de publicación alto, especialmente en horas no laborales: de 12 a. m. a 7 a. m. y de 5 p. m. a 8 p. m., considerando el tiempo libre de la jornada laboral para la producción de contenido. La muestra de piezas seleccionadas está compuesta por 50 interacciones de la cuenta

oficial en la red social Twitter de SITOBUR entre *live-streaming*, retuits y tuits, las cuales cumplen los siguientes criterios: la naturaleza audiovisual del contenido, el registro de la práctica *offline* a través de las redes sociales y la saturación teórica relacionada con el objetivo de la investigación, que es analizar la práctica del ritual en la protesta a través de las plataformas digitales durante la pandemia. Se ha considerado solo aquellos tuits con material audiovisual, ya que permiten una apreciación más concreta del desempeño de la protesta en el espacio público, así como de sus intencionalidades digitales al reproducirla en la red social oficial del sindicato. Finalmente, la selección del número de interacciones audiovisuales estuvo determinada por la saturación del modelo teórico, es decir, la redundancia de datos del universo semántico de la muestra a medida que se aplicó y realizó el modelo teórico en la investigación (Greimas y Courtés, 1982; Strauss y Corbin, 2002).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el análisis se ha considerado específicamente el material audiovisual subido en la cuenta oficial de Twitter de SITOBUR. Asimismo, se pueden reconocer al menos tres usos concretos de la red social registrados por el sindicato: (i) el uso del *live-streaming* para retratar la intervención de los manifestantes en la plaza periférica, (ii) el uso del *live-streaming* para retratar el enfrentamiento violento entre la policía y los manifestantes, y (iii) el uso de testimoniales por parte de la/el líder sindical para explicar las demandas del discurso de la protesta. A diferencia de los dos primeros, el uso de testimoniales se identifica como una protesta “antes de tiempo”, es decir, una confrontación discursiva con la institución u organismo demandado, previa al desplazamiento en el espacio público. Además, los registros audiovisuales van generalmente acompañados de un anclaje lingüístico que prioriza el hacer-saber sobre el deber-hacer, es decir, la preeminencia del traslado de información como objeto-cognitivo del discurso de la denuncia que consolida la protesta sindical sobre la convocatoria a la opinión pública:

800 obreras de limpieza pública de Lima piden ser tomadas en cuenta y que se respeten sus derechos ganados y el alcalde de Lima @jorge MuñozAP responde con bombas lacrimógenas. #NoSomosObjetosDescartables #TRABAJO derechohumano. (Tuit del 29 de junio del 2020)

De igual modo, el uso de los *hashtags* se orienta hacia el hacer-saber: #NoSomosObjetosDescartables #CorrupciónMunicipal (tuit del 6 de julio del 2020), identificando el deber-hacer solo cuando la práctica desencadena violencia y coerción: #LiberenACHabelita.

También es cierto que la cuenta de Twitter comparte información audiovisual de medios periodísticos, como resúmenes didácticos del caso, reportajes y formatos de estilo *playground*. Sin embargo, no se consideran estos materiales para el análisis, pues su

producción no es exclusiva del sindicato. En su lugar, los tuits que comparten *live-streams* de la intervención de los manifestantes en la plaza periférica Santo Domingo o frente a la Corte Superior de Justicia de Lima buscan (a veces acompañados de un mensaje que resume la demanda o a veces solo el video en cuestión) repetir la ejecución de la protesta *offline*. Cabe notar que se trata de una repetición y no de una representación, ya que, si se mide a las redes sociales desde esta última lógica, la práctica digital quedaría reducida a una única función de transparentar la acción colectiva en los lugares públicos. No obstante, la ciberprotesta encuentra en la repetición una diferencia que produce una manifestación diferente en redes sociales, una protesta donde los participantes —la opinión pública— comentan, participan, se adhieren, pero también discrepan e impugnan.

Si bien la protesta es en realidad una laminación de prácticas, agenciamiento de interacciones distintas, atenderemos a una estrategia práctica concreta vinculada al tema de nuestra investigación y que se presenta como motor vital de la protesta como rito. Desde la perspectiva del rito, proponemos dos fases de la protesta relacionadas con las dos fases del rito (separación y agregación); estas son el *acecho* y el *asecho* (Solís y Fontanille, 2012). Si la separación es el desplazamiento más allá de la vida social circundante, la agregación es su reincorporación. Desde esta perspectiva, denominamos *acecho* a la práctica propia de la protesta como fase del ritual de separación, mientras que su presentación parónima *asecho* corresponde a la fase de agregación del ritual.

Según la definición del *Diccionario de la lengua española* (RAE, 2020), el *acecho* se trata de la práctica de observar, aguardar cautelosamente con algún propósito, mientras que el *asecho* es una práctica de maquinación, engaño o artificio para dañar directamente a alguien. Ambas fases de la protesta como ritual comportan un despliegue temporal. Por un lado, el *acecho* se desprende de una temporalización cronológica de la existencia social, comprometiéndose con una semiótica de la espera. La espera (Greimas, 1997) es un fenómeno de sentido vinculado a una experiencia temporal y espacial que, en cuanto distancia tensiva, es productora de valores estéticos, como, por ejemplo, la esperanza. Por otro lado, el *asecho* resuelve la etapa liminar del rito de la protesta (aquella que la arroja al conflicto directo) en el restablecimiento de las cosas, hacia la reforma y a la negociación.

Considerando ambas fases de la protesta como ritual, estipulamos las principales características:

Tabla 1

Diferencias semióticas del ritual del acecho y el asecho en la protesta sindical

	Prácticas de acecho	Prácticas de asecho
Fórmula tensiva	aún no → ya	ya → aún no
Significante topológico	Centro → frontera (Lotman, 1990)	Frontera → centro (Lotman, 1990)
Morfología práxica <i>offline</i>	Marchas recurrentes, piquete, carpas, huelgas cortas, ocupación de la plaza, bloqueo de carretera, toma de tierras, movilización en el espacio público.	Cese al bloqueo de carretera, negociación del espacio público, acción colectiva no contenciosa, debate a través de canales externos al espacio público, búsqueda de la conciliación.
Morfología práxica <i>online</i>	<i>Live-streaming</i> de la participación en el espacio público, tuits de invitación a la protesta, reporte constante de la toma del espacio público, uso y reiteración de <i>hashtags</i> para motivar la participación, convocatorias.	Testimonios de los/las líderes sindicales tras el término del conflicto ("lo logramos"), preguntas o interrogaciones a la opinión pública sobre la demanda, <i>threads</i> que explican la demanda del sindicato, exigencia de la resolución del conflicto.
Destino de la espera	Prolongación de la espera.	Resolución de la espera.

Elaboración propia

El entrelazamiento de esos dos regímenes de la protesta como rito produce efectos tensivos que superan la programación de una práctica. Se denomina *etapa liminar del rito* (Solís y Fontanille, 2012) a la suspensión de la determinación social (roles sociales, tiempo socializado, identidades, clases) que se produce como etapa intermedia entre la etapa de separación (acecho) y agregación (asecho). Las prácticas de la protesta encaminadas a la liminaridad provocan despliegues intensos de violencia y subversión: destrucción de propiedad privada, confrontaciones en el espacio público, conflicto directo con la policía, quema de equipos y conflagración. Así, lo liminar es el intervalo intensivo entre el acecho y el asecho como prácticas de la protesta como ritual.

Ambos regímenes del rito de la protesta, el acecho y el asecho, se sustentan sobre la base de una creencia en la eficiencia de la práctica de la protesta, una repetición y conducta que es compartida por los agentes contendientes (Fontanille, 2014) durante la protesta. Para revelar las dimensiones de penetración del rito del acecho y el asecho en la protesta, diseccionaremos en tres dimensiones el análisis: (i) el carácter topológico desde donde se ejecuta el rito, (ii) la relación contractual de creencia entre los actantes y (iii) el nivel intensivo del rito en tanto rompe su propia programación (liminaridad).

EL CARÁCTER TOPOLÓGICO DEL RITO

Sobre el primer nivel, el espacial, el material audiovisual presente en la cuenta de Twitter de SITOBUR generalmente guarda registros que van desde los 45 segundos hasta los 17 minutos, cada uno ocupado por grabar el transcurso de la protesta en la plazuela Santo Domingo, ubicada en el Cercado de Lima y frente a la Corte Superior de Justicia de Lima, en la avenida Abancay. Durante los meses de junio y julio, las protestas se concentraban directamente en la plazuela Santo Domingo, que se encuentra a unas cuadras del Palacio Municipal de Lima. Sobre este particular, sería un error para nuestro análisis considerar como una “ocupación momentánea del espacio” la estancia de los manifestantes en el espacio público; tampoco podríamos afirmar que estos “llenen un territorio”. Desde la perspectiva de la semiótica (Greimas, 1980), el espacio es una construcción y creación variante, perspectiva metodológica distinta de la urbanista (lo dado, lo posible). Esto quiere decir que el espacio de la protesta aparece por distorsión significativa; en otras palabras, los manifestantes no ocupan un espacio, crean uno (lo inaudito), inventan una periferia como posición de acecho que es reproducida en su circulación digital.

En este sentido, las protestantes construyen una topología lograda en la articulación semiótica [aquí] vs. [en otra parte] (Greimas, 1980), una imagen centrada e instituida que funciona como punto de observación (ubicada frente a la plaza) y una periferia observante (la plazuela Santo Domingo de “espaldas” al Palacio Municipal), acechante, como espacio semiótico de la protesta. Es este lugar de enunciación de los videos registrados en Twitter el que habilita una serie de juegos ópticos (Landowski, 1993) conducidos por el antagonismo de la manifestación. En principio, un edificio que guarda la institucionalidad municipal como un querer ser visto y una protesta a espaldas de la institución, sostenida por trabajadoras que no quieren no ser vistas. Es decir, las trabajadoras buscan revertir la desatención y borramiento por parte de la municipalidad (querer no ver). Esta distribución del espacio es presentada como característica de iniciación del rito (Finol, 2006); su colocación en el espacio es estratégica, ya que, en vez de fortalecer la espacialidad del aquí —el centro de la semiosfera espacial—, la protesta se coloca en el *en otra parte* como posición de acecho a la centralidad espacial. Dice Finol (2006): “De igual modo, la interrupción del discurso de un subalterno por parte de su superior jerárquico es relativamente tolerable, mientras que la inversa podría constituir un reto a la autoridad constituida” (p. 40). Esta descripción se emparenta con la presentación de las subjetividades semióticas elaborada por Landowski (2007), quien, por un lado, presenta al yo como identidad amenazada y, por el otro, a la alteridad protestante como identidad amenazante. Dicho esto, consideramos la colocación espacial como primera característica de la morfología praxica de los manifestantes que busca reproducirse, repetirse en sus redes sociales, para lograr un apoyo mediático.

Teniendo en cuenta la práctica mencionada, la celeridad de la quietud (sentarse en el piso por parte de los manifestantes) puede precisar dos recorridos espaciales de la protesta: por un lado, la continuidad y, por el otro, la discontinuidad; dicho de otro modo, el recorrer y el permanecer. Sobre el recorrido, este es la evidencia de la continuidad registrada en Twitter, recorrer la ciudad, sopesar su historicidad, grabar la marcha, recorrer lo que ya está hecho, bloquear de forma transitoria el flujo de automóviles y transporte público. No obstante, el permanecer sentado construye el espacio de otra forma, como posibilidad de quedarse para colocar la mira en una intensidad alta sobre ciertos edificios, instituciones. En este sentido, si la circulación es redundar en el rol de la calle y su posibilidad, permanecer se revela como la condición de posibilidad de la tensión: posición de defensa (*defendere*, verbo latino que lleva al posterior *manifestatio* 'manifestación'). En este sentido, el quedarse quieto forma parte de la práctica del rito que territorializa de manera momentánea y que permite el efecto de sentido de estar acechando lo que aún no se realiza.

LA RELACIÓN CONTRACTUAL DE CREENCIA ENTRE LOS ACTANTES DEL RITO

Para reconocer el carácter sincrético del acecho y el asecho (y habiendo destacado su dimensión topológica periférica), es importante desplazarse hacia la creencia entre los actantes y la práctica. Aquello que circula en el formato audiovisual en Twitter es el rito logrado de la protesta, el programa y protocolo de los manifestantes que protestan en la calle volcando su creencia en la manifestación. En el video de 0:44 segundos del 9 de julio del 2020, se puede apreciar a las manifestantes, las obreras de limpieza pública, sentadas, respetando la disposición de distancia entre cada una de ellas a causa de la pandemia, a la vez que arengan cánticos como efecto del ejercicio de la creencia. Como figura práctica, el estar sentando afirma una semántica de lo inoperativo y lo improductivo, que es dramatizada a través de una narrativa del no hacer-hacer, es decir, el relato que cuenta la incapacidad de producir, de ejecutar el trabajo, porque precisamente las condiciones para hacerlo se han agotado. Consideramos que esta práctica se endosa con el ritual del acecho, en tanto que sentarse no solo afirma el espacio periférico como contestatario, sino el *aún no* como fórmula tensiva que espera convocar, conjurar el rito político.

Precisamente estar al acecho es el sentido de la protesta, porque cuando los manifestantes apelan a una interpelación directa a los responsables políticos, lo hacen en el nivel semiótico, frente al rostro de la municipalidad, frente a los edificios institucionales, frente a los monumentos (tal como sucede en los videos del 10 de julio del 2020 en la cuenta de SITOBUR, cuya duración es de 10 segundos). Esto hace a la manifestación alcanzar el último episodio del acecho o, al menos, un lado, un acecho o dependencia en el demandado ausente. Si se aprecia de cerca la práctica, no es la ausencia la que hace

que las manifestantes se levanten, sino el acontecimiento de la llegada de una personalidad (el alcalde). En palabras de Fillieule y Tartakowsky (2015): “La existencia misma de la manifestación depende del advenimiento de ese hecho exterior, que es la llegada de una personalidad” (p. 81). Por ello, el ritual del acecho funciona igual a la llamada de la deidad o del diablo. La existencia misma de la protesta depende del juego de este ritual de convocación, el llamamiento y la llegada de la personalidad. Lo que acechan las manifestantes es el milagro político estético.

Sobre su expresión figurativa y plástica, el ritual del acecho en la protesta política hace notar en las grabaciones un privilegio del espacio sonoro. Tal como aparecen en los registros audiovisuales de las protestantes a través de Twitter, la construcción sonora es reiterativa en la protesta: cánticos¹ que funcionan como parte del rito del acecho, el conjuro que espera que suceda el acontecimiento (Knowlton, 2015). En palabras de Greimas (1997): “La espera precede de manera figurativa al acontecimiento” (p. 33). La reiteración de los cánticos, uno tras otro sin aparente fatiga, produce no solo una sensibilidad reactiva en la opinión pública (llegan personas, mujeres de la misma edad, arengan y después se van), un contagio de sensaciones (Landowski, 2012) con el que no se puede dejar de interactuar visualmente; también se presenta un segundo efecto de sentido de molestia por la repetición y la intensidad del canto. Esta última interacción es independiente de una semántica, en tanto encuentra su fisonomía de sentido en los devenires plásticos de los tonos y ritmos del cántico, a veces simples arengas, otras veces poseídos por ritmos andinos (breves huainos) que ante todo buscan provocar marcas-huellas corporales, respuestas directas orientadas a parar, frenar (hacer-no hacer) los cánticos de la protesta. Este segundo efecto de sentido se materializa en la cercanía de la policía durante la protesta.

En este punto, se debe contrastar la tesis de Leone (2012), quien, recordemos, propone cuatro núcleos semánticos de la protesta, considerando que uno de ellos afirma que la objetualidad del deseo de la protesta es determinado y no indeterminado. Sin embargo, el análisis desde la perspectiva de la protesta como rito del acecho a través de los videos *streaming* registrados en la cuenta de Twitter de SITOBUR, plantea un camino interpretativo contrario. Para Leone (2012), el no objetualizar el objeto de deseo en la protesta descalifica a la protesta como tal; no obstante, desde el acecho, el objeto que compone la narrativa y la motivación de los actantes de la protesta no se

1 Entre los principales cánticos se identifican los siguientes: “juez o juzgado, pedimos justicia”, “500 obreras se quedan sin trabajo”, “500 obreras serán las despedidas”, “trabajo, trabajo, derecho humano”, “(líder) juzgado constitucional: (todos) defiende mi trabajo”, “obreras de limpieza se quedan en las calles”, “en plena pandemia nos dejan sin trabajo”, “el trabajo no se vende, el trabajo se defiende”, “la tercerización afecta mi trabajo”, “obreras unidas, jamás serán vencidas”, “queremos trabajar, despido arbitrario”, “acción de amparo, contra los despidos”, “basta de despidos, basta ya, carajo”, “son discriminadas 500 obreras”.

somete en la pura determinación, sino que legitima su persistencia a medida que se revela indeterminado. Si, por un lado, el objeto determinado es reconocido, discursivo y concreto con respecto a los representantes (una demanda concreta), el objeto indeterminado es indiscernible porque juega en el intervalo de (i) los niveles o tonicidades y (ii) de las valencias (entre lo utópico: “hay que cambiar el sistema”, y lo práctico: “hay que cambiar este problema concreto”, sin saber con precisión el devenir de aquello).

“Pedir lo imposible”, axioma de las arengas en las protestas de Mayo del 68, se comporta como aquello que no se le pueda dar al actante que protesta. En este sentido, no es la objetualización de una indeterminación, sino lo inobjetualizable en el objeto, la liminaridad del ritual desarrollada en la separación (Solís y Fontanille, 2012). “Pedir lo imposible” o la agramaticalidad “I would prefer not not-to” (Kang, 2020) pueden ser presentados como un grado de separación del estado de cosas, no una objetualidad reducida a la forma, sino lo imposible como gradualidad intensiva (Zilberberg, 2006) y, por ello, irrealizable (antiutópico). No obstante, se identifica en el caso de SITOBUR una ausencia de este desarrollo agramatical del acecho hacia lo liminar. En el sindicato de trabajadores de limpieza pública, las arengas, *hashtags* y pancartas buscan el asecho como resolución del conflicto, la delimitación de un objeto de deseo enfocado (la restitución de las trabajadoras destituidas), lo que provoca rituales más relacionados con la maniobra del discurso, la petición directa al alcalde y a los funcionarios de la Municipalidad de Lima.

FASE LIMINAR DEL RITO

En el video subido a la cuenta de Twitter del sindicato el 21 de agosto del 2020, se registran las interacciones liminares de la protesta. El estado liminar del ritual consiste en la exasperación de la espera que desarrolla la fórmula tensiva del *aún no*, para construir progresivamente el “ya”, el acontecimiento del enfrentamiento entre los oponentes. El video subido en un tuit de SITOBUR es acompañado por la siguiente redacción: “#viernes21deagosto continúa la lucha y la policía como siempre amedrentando”. La escena muestra un número importante de policías acompañados de un camión lanzaagua o camión de chorros (coloquialmente denominado “rochabús”), acordonando a las manifestantes, población de 40, 50 y 60 años. Las fuerzas del orden impiden el desplazamiento, lo cual implica una provocación directa; los acechadores se sienten asechados.

En el video del 21 de agosto, cuya duración es de 21 segundos, se registra a las manifestantes optando por retirarse ante el acecho expresado en la alarma del camión lanzaagua: “Ya nos vamos, más tarde regresamos” (en un cántico repetido dos veces en forma unísona por las protestantes). La duración corta del video, si bien comprime la narrativa de la práctica en la plataforma digital, permite también transmitir el sentido del rito acechante de la interacción *offline*. No obstante, en el video del 11 de agosto, se

retratan los efectos de la violencia y represión; es aquí donde las interacciones digitales incrementan su número de respuestas e interacciones hasta llegar a 1,4 K retuits y 1,4 K likes con 83 comentarios. La objetualidad del estado liminar permite una circulación prominente respecto de todas las interacciones del sindicato, pero también la reducción de la protesta en “espectacularización” política.

El denominado “rochabús” ingresa a la plaza y lanza potentes chorros de agua para dispersar a las manifestantes. Asimismo, se registran en otros videos de esta fecha las escenas predicativas que complementan el ritual de la protesta: encarcelamiento de 30 obreras, forcejeos entre policía femenina y las manifestantes, golpes a las líderes sindicales por parte de policías hombres y mujeres. Los videos del 10 de agosto registraban que, con el pasar de las horas, la tensión se revela más transparente; el contacto con la noche, la cercanía entre las manifestantes y la policía era más evidente. Se abandona la estrategia de la permanencia, del acecho y del *aún no* como fórmula tensiva para permanecer en la expectante crepitación de la violencia del *ya*, el acontecimiento físico del conflicto, lo liminar. Aquí nos parece importante recuperar el análisis de Geist (2006) sobre el agotamiento físico en el ritual, condición de la experiencia real del desprendimiento y desprogramación de los roles del protestante.

A medida que se ven acorralados, la inminencia del ritual llega a su presentación más intensificada. Precisamente, existe un agotamiento de los roles programados, una desprogramación que permite no solo un accidente (Landowski, 2012), sino la figura de un desbarajuste. El concepto semiótico es introducido por Quezada Macchiavello (2013, 2017) y considera que las interacciones deben ser observadas como magnitudes (atenuaciones, aminoraciones) que juegan en el nivel del sentido, siendo el sin-sentido o desbarajuste una indeterminación absoluta y accidental de las interacciones, el estado de disolución máxima de los programas e interacciones. El apunte de Quezada Macchiavello (2013) es que, al ser la personificación un grado, su fluidez implica la aparición de interacciones imposibles: “[...] esos grados del intervalo en los que encontramos toda una gama de interacciones sin nombre” (p. 652). Siguiendo esta intuición, la escena predicativa del ritual se compone en el siguiente sintagma práxico del acecho: insurrección / revuelta > levantamiento > concentración intensiva. En este sentido, el desbarajuste se alimenta del concepto de umbrales, es decir, en la ruptura del espacio y la presentación de un tiempo inaudito. Compuesto por el semiótico Claude Zilberberg (2018), el concepto de umbral es presentado como un exceso que sobrepasa al límite. Si, por un lado, el límite es una determinación, una demarcación e intransitividad, el segundo, el umbral, funciona como una duratividad, una transformación. Generalmente, en el terreno de la protesta, el límite se presenta como la zona de lo legítimo, mientras que el umbral conduce a la práctica hacia la ambigüedad, el estado de violencia y confrontación. Justamente, las reglas contractuales del ritual se encuentran en constante reajuste porque las normas que determinan la protesta dependen de

las prácticas y estrategias del rito del acecho y el asecho que se tienden en la calle y que son reproducidas intensivamente en las redes sociales.

CONTRIBUCIÓN

¿Cómo se desarrolla la práctica de la protesta como ritual a través de la plataforma Twitter de sindicatos durante el estado de pandemia? De todos los procesos de la manifestación, se han considerado aquellos que atienden su devenir rito, no solo porque este circunscribe a la protesta en el territorio de la creencia y la fiducia, sino porque nos permite apreciarla desde la experiencia cualitativa de su narrativa. El rito permite aproximar la semiótica de la protesta hacia experiencias como la inmovilidad de quien espera, contenciosamente, el protocolo crepitante de una acción, la experiencia del acorralamiento, acecho y despliegue de los ánimos y fuerzas.

Dentro del acecho, consideramos a la espera como fenómeno temporal de la protesta que precede siempre al comentario y al discurso sindical. La espera de un movimiento siguiente, el trastorno del sujeto que se encuentra en posición de acecho, la espera de una conjunción por venir, la espera y lo in-esperado, lo abrupto. A esta insurgencia, se revela también la pertinencia de los medios y tecnologías que convergen con las formas políticas de acción. Tanto las redes sociales como las micropantallas han formado parte de movimientos ciudadanos definidos por una intensidad de indignación popular que se perdía en los medios tradicionales y masivos. Los sindicatos han encontrado formas de circulación del rito independientes de las representaciones masificadas de los medios tradicionales.

Se ha buscado insistir en la pertinencia de la mediatización y digitalización de lo que antes solo era una práctica en las plazas y calles. De este modo, los medios digitales han permitido una circulación mayor de las prácticas *offline* de la protesta política frente a la crisis de representación, ya sea para extender su trama o para comprimirla en la multiplataforma. Con ello, se ha asumido la protesta como práctica que permite la creación política en el espacio público y, por tanto, también como posibilidad semiótica, en tanto desarrolla la vitalidad del sentido social. Es a partir de esta aproximación de la protesta y su devenir rito que nos permitimos las siguientes preguntas para una posterior evaluación: ¿cómo se comporta el acecho en la protesta sobre temáticas de gobierno nacional asumida por jóvenes sin una organización clara como la del sindicato? Y ¿en qué medida el espacio público mercantilizado (informal, económico) afecta al acecho en la protesta como rito?

REFERENCIAS

- Crawford, K. (2009). Following you: disciplines of listening in social media. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23(4), 525-535. <https://doi.org/10.1080/10304310903003270>
- Creech, B. (2020). Exploring the politics of visibility: technology, digital representation, and the mediated workings of power. *Semiotica*, 2020(236-237), 123-139. <https://doi.org/10.1515/sem-2018-0043>
- Defensoría del Pueblo. (2020). *Prevención y gestión de conflictos sociales en el contexto de la pandemia por el COVID-19* [informe especial n.º 026-2020-DP]. <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2020/07/Informe-Especial-026-2020-DP-Prevenci%C3%B3n-y-Gesti%C3%B3n-de-conflictos-APCSG.pdf>
- De los Ríos, C. V., y Molina, A. (2020). Literacies of refuge: "Pidiendo posada" as ritual of justice. *Journal of Literacy Research*, 52(1), 32-54. <https://doi.org/10.1177/1086296X19897840>
- Domínguez, F. J., y Malca, M. A. (2019). La representación discursiva del estudiante universitario sanmarquino por la prensa en el Perú: un enfoque desde la lingüística cognitiva. *Discurso & Sociedad*, 13(4), 576-594. [http://www.dissoc.org/ediciones/v13n04/DS13\(4\)Dominguez&Malca.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v13n04/DS13(4)Dominguez&Malca.html)
- Fillieule, O., y Tartakowsky, D. (2015). *La manifestación. Cuando la acción colectiva toma las calles*. Siglo Veintiuno Editores.
- Finol, J. E. (2006). Rito, espacio y poder en la vida cotidiana. *DeSignis*, (9), 33-43.
- Finol, J. E., y Fernández, J. A. (1999). Etnografía del rito: reciprocidad y ritual funerario entre los guajiros. *Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia*, 4(17), 173-186. <https://biblat.unam.mx/es/revista/cuicuilco/articulo/etnografia-del-rito-reciprocidad-y-ritual-funerario-entre-los-guajiros>
- Fontanille, J. (2014). *Prácticas semióticas* (Trad. D. Blanco). Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Geist, I. (2006). El ritual como sintagmática del sentido. *DeSignis*, (9), 269-286.
- Greimas, A. J. (1980). *Semiótica y ciencias sociales*. Fragua.
- Greimas, A. J. (1997). *De la imperfección* (Trad. R. Dorra). Fondo de Cultura Económica.
- Greimas, A. J., y Courtés, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos.
- Greimas, A. J., y Courtés, J. (1991). *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* (tomo II, Trad. E. Ballón). Gredos.

- Kang, W. (2020). I would prefer not not-to: critical theory after Bartleby. *Interventions*, 23(3), 356-367. <https://doi.org/10.1080/1369801X.2020.1762696>
- Knowlton, T. W. (2015). Literacy and healing: semiotic ideologies and the entextualization of colonial Maya medical incantations. *Ethnohistory*, 62(3), 573-595. <https://doi.org/10.1215/00141801-2890247>
- Landowski, E. (1993). *La sociedad figurada. Ensayos de sociosemiótica*. Fondo de Cultura Económica.
- Landowski, E. (2007). *Presencias del otro*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Landowski, E. (2012). *Interacciones arriesgadas* (Trad. D. Blanco). Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Leone, M. (2012). Breve introducción a la semiótica de protesta. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 161-173. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39262
- Lotman, I. (1990). *Universe of the mind. A semiotic theory of culture* (Trad. A. Shukman). Tauris & Co. Ltd. [En español: Lotman, I. (2018). *La semiosfera* (Trad. D. Blanco). Universidad de Lima, Fondo Editorial].
- Marsciani, F. (2007). *Tracciati di etnosemiotica*. Franco Angeli.
- Neumayer, C., y Schoßböck, J. (2011). Political lurkers? Young people in Austria and their political life worlds online. En P. Peter, M. J. Kripp y E. Noealla (Eds.), *CeDEM11 Proceedings of the International Conference for E-Democracy and Open Government* (pp. 131-143). Edition Donau-Universität Krems. <https://bit.ly/2lmcTEZ>
- Nonnecke, B., Preece, J., y Andrews, D. (2004). What lurkers and posters think of each other. *Internet and the Digital Economy Track of the Thirty-Seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37)*. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2004.1265462>
- Oliveira, A. C. (2014). Interação e sentido nas práticas de vida. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 11(31), 179-198. <http://dx.doi.org/10.18568/cmcc.v11i31.783>
- Osisanwo, A., e lyoha, O. (2020). "We are not terrorist, we are freedom fighters": discourse representation of the pro-Biafra protest in selected Nigerian newspapers. *Discourse & Society*, 31(6), 631-647. <https://doi.org/10.1177/0957926520939687>
- Panagiotopoulos, P. (2012). Towards unions 2.0: rethinking the audience of social media engagement. *New Technology, Work and Employment*, 27(3) 172-192. <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2012.00287.x>

- Panfichi, A., y Coronel, O. (2014). Régimen político y conflicto social en el Perú: 1968-2011. En N. Henríquez (Ed.), *Conflicto social en los Andes: protestas en el Perú y Bolivia* (pp. 13-64). Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Quezada Macchiavello, Ó. (2009). Fiducia: algunos de sus rituales. *Contratexto*, (017), 87-101. <https://doi.org/10.26439/contratexto2009.n017.795>
- Quezada Macchiavello, Ó. (2014). Interacciones sin nombre. Un caso emblemático: *Ne me quitte pas (Cirque du Soleil)*. *Contratexto*, (022), 109-125. <https://doi.org/10.26439/contratexto2014.n022.91>
- Quezada Macchiavello, Ó. (2017) *Mundo Mezquino. Arte semiótico filosófico*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Real Academia Española (RAE). (2020). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/>
- Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de Moebio*, (49), 1-10. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001>
- Shenton, J. E. (2020). Divided we tweet: the social media poetics of public online shaming. *Cultural Dynamics*, 32(3), 170-195. <https://doi.org/10.1177/0921374020909516>
- Sokolova, A. (2020). When ritual becomes protest: crossing the bridge of Russian mourning. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 27(1), 48-64. <https://doi.org/10.1080/13183222.2020.1675424>
- Solís, M., y Fontanille, J. (2012). El sosiego ritual. *Tópicos del Seminario*, 1(27), 15-34.
- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Sage Publications, Inc., Editorial Universidad de Antioquia.
- Sun, N., Rau, P. P. L., y Ma, L. (2014). Understanding lurkers in online communities: a literature review. *Computers in Human Behavior*, 38, 110-117. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.022>
- Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. Random House.
- Vaccari, C., y Valeriani, A. (2015). Follow the leader! Direct and indirect flows of political communication during the 2013 Italian general election campaign. *New Media & Society*, 17(7), 1025-1042. <https://doi.org/10.1177/1461444813511038>
- Valentine, R., Valentine, D., y Valentine, J. L. (2020). Relationship of George Floyd protests to increases in COVID-19 cases using event study methodology. *Journal of Public Health*, 42(4), 696-697. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa127>

- Vigil, N. (2017). Apuntes para una lectura semiótica del cementerio Nueva Esperanza de Villa María del Triunfo (Lima, Perú). *AdVersuS: Revista de Semiótica*, (32), 117-129.
- Williams, J., Heiser, R., y Chinn, S. J. (2012). Social media posters and lurkers: the impact on team identification and game attendance in minor league baseball. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 13(4), 295-310. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2011.44>
- Zilberberg, C. (2006). *Semiótica tensiva* (Trad. D. Blanco). Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Zilberberg, C. (2018). *Horizontes de la hipótesis tensiva* (Trad. D. Blanco). Universidad de Lima, Fondo Editorial.

O RAYO X DO JAIR BOLSONARO*

GABRIELA M. PACHECO DÁVILA**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

gabrielapd1@gmail.com

Recibido: 12/12/2020 Aceptado: 26/02/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.5022>

RESUMO. Esse artigo tem como objetivo apresentar as singularidades e irregularidades mais representativas do ex-candidato e atual presidente, Jair Bolsonaro, em vídeos de divulgação emitidos durante a campanha presidencial de 2018 focado no uso da linguagem corporal. Através da metodologia qualitativa com procedimento na análise de imagens e vídeos com inspiração em conceitos da semiótica da cultura. A análise permitiu entender que em época eleitoral a linguagem corporal é relevante já que é um tempo em que os candidatos são mais simpáticos, permitindo que os limites espaciais sejam reduzidos, além de discursos agressivos e adereços estranhos que conformam a semiosfera da campanha eleitoral.

PALAVRAS-CHAVE: Jair Bolsonaro / linguagem corporal / semiótica da cultura / corpo eleitoral / comunicação

EL RAYO X DE JAIR BOLSONARO

RESUMEN. Este artículo tiene como objetivo presentar las singularidades e irregularidades más representativas del ex candidato y actual presidente Jair Bolsonaro en videos publicitarios difundidos durante la campaña presidencial de 2018 centrados en el uso del lenguaje corporal. Mediante la metodología cualitativa con procedimiento en el análisis de imágenes y videos con inspiración en conceptos de semiótica de la cultura. El análisis permitió comprender que el lenguaje corporal es relevante en el período electoral, ya que es un momento en el que los candidatos son más solidarios, lo

* Uma versão do texto foi apresentada na Intercom 2020.

** Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. (véase: <http://orcid.org/0000-0001-6190-5960>)

que permite reducir los límites espaciales, además de discursos agresivos y extraños accesorios que conforman la semiosfera de la campaña electoral.

PALABRAS CLAVE: Jair Bolsonaro / lenguaje corporal / cuerpo electoral / semiótica de la cultura / comunicación

JAIR BOLSONARO'S X-RAY

ABSTRACT. This paper aims to present the most representative singularities and irregularities of former candidate and current President Jair Bolsonaro in advertisement videos broadcasted during the 2018 presidential campaign, focusing on the use of body language. Using a qualitative methodology for analyzing images and videos inspired in concepts of semiotics of culture, it was possible to understand that body language is important during an election period, since it is a time when candidates are more sympathetic to people. This leads to the reduction of personal space boundaries, aggressive speeches and strange props that make up the semiosphere of the electoral campaign.

KEYWORDS: Jair Bolsonaro / body language / electoral body / semiotics of culture / communication

INTRODUÇÃO

Inseridos no modelo democrático, os cidadãos estão habituados a participar no processo eleitoral, nomeadamente no processo de candidatura, propaganda eleitoral, votação e contagem. Embora nem todos os eleitores acreditem nesse comportamento, é possível fazer uma votação em determinado período e selecionar os candidatos que governarão o país (estados e municípios) em determinado período. Nas proximidades dessa data, as cidades se veem mergulhadas em jingles, panfletos, vídeos de divulgação, programas de televisão diversos - entrevistas, notícias, horário eleitoral gratuito e os bem conhecidos debates entre candidatos que disputam cargos executivos -, entre outros. Na fase de obtenção de votos, os candidatos costumam mudar suas atitudes e expressá-las em discursos voltados ao interesse do povo, frases bem elaboradas, sorrisos alegres, apertos de mão, acenos de mão e até mesmo confrontos ou brigas. Além disso, como parte da agenda dos presidenciáveis estão as viagens de campanha, em que o objetivo é levar sua mensagem, suas ideias, para convencer o cidadão de que ele é a melhor opção e, para isso, se submetem a muitas experiências, como vestir trajes típicos, distribuir e receber abraços, pegar crianças no colo, provar comida regional, aproximar-se do eleitor dentro de um espaço pessoal. São comportamentos que parecem buscar construir um sentido de "gente como a gente", ou seja, buscam criar identidade com o cidadão comum.

Porém, com o advento da tecnologia digital e a utilização das redes sociais como primeiro canal de comunicação, elas permitem que o público perceba diferentes aspectos dos candidatos, além de contar com outros canais de comunicação que até recentemente não eram utilizados. A mídia cumpre um papel importante nas eleições presidenciais pelo amplo alcance e poder de convencimento, mas, atualmente, as novas tecnologias de comunicação, principalmente as redes sociais, têm se mostrado muito relevantes. É preciso considerar ainda o contexto de disputa, fomentado pelas constantes pesquisas de opinião, como fator pujante nesses períodos, sendo capaz de direcionar o eleitor. São coeficientes que contribuem para a vitória. A mídia mais tradicional (jornal impresso, televisão e rádio) tem grande visibilidade, mas a presença das redes sociais e seu fácil acesso permite que outros públicos sejam atingidos e, conseqüentemente, amplia a retroalimentação. São espaços em que os candidatos precisam da mediação de empresas de comunicação, mas têm certa liberdade para produção e circulação de conteúdos, ou seja, eles (mais provavelmente os profissionais da área que empregam) são os produtores do próprio conteúdo, aparentemente tendo uma comunicação mais direta com seu possível eleitor.

A partir dessas exposições, consideramos que seria importante buscarmos uma abordagem acerca dos aspectos do corpo eleitoral através de conceitos da semiótica da cultura da última campanha eleitoral presidencial do Brasil. O último processo eleitoral contou com 13 candidatos, entre eles o ex-militar Jair Messias Bolsonaro, destacando-se pelas singularidades e irregularidades na expressão oral e gestos particulares durante

a campanha eleitoral, que ainda mantém durante seu governo. Ao analisar textos audiovisuais da propaganda eleitoral veiculada na televisão e em vídeos no YouTube identificamos determinados traços do perfil físico do candidato. É um homem branco, alto (1,85 m aproximadamente), magro e de postura ereta. Cabelo liso castanho escuro com partes grisalhas nas laterais. Olhos azuis pequenos, nariz proeminente, rugas nas laterais dos olhos e na testa. Sua boca é muito pequena, com dentes uniformes, completos e levemente amarelados. Em determinadas entrevistas e vídeos de divulgação, percebe-se que a comunicação verbal do candidato se destaca pelo uso de palavras e frases simples e, às vezes, bastante informais. Um orador ousado e que gagueja de vez em quando, com fala célere, ofegante às vezes, com um vocabulário limitado e cheio de vícios de linguagem como “isso daí”, “tá ok”, “cangote” etc. Além disso, repete as palavras, intercala exaltação com fala apressada. Com um leve sotaque do interior de São Paulo, foi possível perceber que o presidenciável apresenta um leve problema de dicção (identificado por nós como anquiloglossia ou língua presa), podendo ser uma causa de natureza biológica, mas, mesmo assim, sua fala reflete naturalidade. Seu tom de voz é forte, semelhante ao tipo de fala militar¹, como voz de comando, tanto uma causa de natureza biológica quanto, aparentemente, um recurso de oratória.

Destas exposições, consideramos que seria importante buscarmos uma abordagem acerca dos aspectos das corporalidades que permitam delinear os traços de feixes distintivos do candidato em textos audiovisuais veiculados em televisão e internet, atravessados, sobretudo, pela linguagem corporal na última campanha eleitoral brasileira, desde a perspectiva da Semiótica da Cultura (SC) podendo contribuir com a conexão entre a cultura e esse corpo eleitoral cambiante. O artigo se divide em três partes. Na primeira abordamos alguns conceitos da semiótica da cultura, como nexos entre a comunicação e linguagem corporal. No segundo ponto, tratamos o corpo, integrando os princípios de funcionamento da linguagem corporal com inspiração em Rosário (2019) nos textos audiovisuais mais representativos da campanha eleitoral. Na terceira parte, apresentamos o “DNA” do candidato, em que aspiramos a mostrar os gestos, expressões faciais e posturas mais representativas do ex-militar durante a campanha com base na SC. Por fim, apresentaremos algumas considerações sobre o que foi desenvolvido na análise.

SEMIOSES DO CORPO POLÍTICO

Entendemos que o candidato estudado² diante da polêmica do processo eleitoral durante sua campanha à presidência da República teve uma atuação de acordo com as regras

1 A fala de um militar pode estar caracterizada por ter um volume alto, imposta, autoritária, de ordem, de disciplina.

2 Jair Messias Bolsonaro do ex-Partido Social Liberal (PSL).

de conduta social e política dos espaços culturais em que se encontrava. Desta forma, visando organizar as dimensões de semioses que entrecruzam o político, o midiático e o corporal, estamos considerando o processo eleitoral como uma semiosfera que, através da criação e reprodução de textos, do uso de linguagens e de sistemas modelizantes, produz sentidos e significações inerentes ao ambiente político e cultural de cada país.

Lotman (1981, p. 46) indica que “a cultura pode representar-se como um conjunto de textos; mas do ponto de vista do investigador, é mais exato falar da cultura como mecanismo que cria um conjunto de textos e dos textos como realização da cultura”. Trata-se de um complexo de “textos dentro de textos” que se constituem em linguagens e geram significação. Importante ressaltar que, para o autor russo, o conceito de texto é visto como uma unidade básica da cultura e não do sistema linguístico, o que permite que a cultura não só seja um armazenamento de informação, senão a reorganização contínua do texto e um modo de dar sentido ao mundo.

Rosário (2014, p. 170) entende a cultura, desde a perspectiva de Lotman, como “memória coletiva e mecanismo pensante envolvendo os eixos principais de seus estudos: semiosfera, sistemas, linguagens, códigos, codificação, memória, fronteiras, tradução”. O autor refere-se à memória coletiva como uma memória longa que recebe um aumento quantitativo de conhecimento através de diferentes textos, reorganização contínua por meio do sistema codificante e do esquecimento. Uma cultura se considera existente identificando-se com as normas aprendidas da própria memória e com a concorrência de textos de fora.

Segundo o entendimento de Machado (2003), a cultura seria semelhante a uma esfera delimitada, o que, ao mesmo tempo, obriga uma conexão com uma “não cultura”, correspondendo a esse espaço diferente da cultura considerada, sabendo que existe, mas que é oposta ou alheia ao que se está acostumado. Nessa perspectiva, para compreender a cultura, é preciso lembrar que não a consideramos universal, mas sim representativa; não chegando a ser totalizante. Portanto, ela poderia ser referida como um sistema que tem uma organização interna específica de acordo com as territorialidades e temporalidades em que está inserida. Nela se constituem sistemas modelizantes, os quais são reguladores e tensionadores de textos diversos, formadores dos princípios e dos significados da própria cultura. Enfim, cultura é uma memória coletiva não hereditária. Machado a compreende como informação, dentro da perspectiva de regulação dos comportamentos. A autora indica que “uma vez que a cultura se compõe de traços distintivos, as informações vinculadas a uma coletividade configuram-se como um subconjunto caracterizado por um certo padrão de ordem” (Machado, 2003, p. 157). A compreensão da informação e a transmissão da mesma possuem uma função mais comprometida, pois, além de ser um modelo de regulação, combatem a tendência degenerativa da informação dentro de um sistema.

Outro dos conceitos considerados é o de texto, entendido como a unidade mínima da cultura. Ele também é compreendido como um portador de sentido que reúne um conjunto de signos relacionados, compõe-se de uma ou mais linguagens – entendidas como um sistema de signos de uma mesma cultura – articulando sentidos possíveis para análise. Para Lotman (1996), o texto não só cumpre uma função de gerador de sentidos, como também é heterogêneo e heteroestrutural ao poder manifestar-se com mais de uma linguagem. De acordo com Machado (2003, p. 168.), “o texto é um processo semiótico gerador de sentidos em processos interativos”. Tal conjunto de signos organiza-se de determinada maneira, de acordo com os sistemas modelizantes, cuja função informativa será criar significados segundo o contexto.

Os textos podem ser modificados de acordo com a cultura, obtendo novos sentidos, isto é, reconfigurando-se. Por meio do contexto e da adaptação dos textos é que aparecem as irregularidades e regularidades, as previsibilidades e imprevisibilidades, as continuidades e descontinuidades do sistema semiótico.

O corpo, por si só, em suas manifestações comunicacionais pode ser visto como um texto. Nesse sentido, Campelo (1997, p. 10) observa que é possível “enxergar o corpo como texto, e o texto como mídia que se complexifica e se altera, se transforma com a história, porque é fruto de um diálogo com os outros textos, com o passado e sua memória”. Dito isso, entende-se que o texto pertence a um modo de comunicar criado pela humanidade dentro de um determinado contexto, mas que pode ser reinventado no decorrer do tempo, gerando o processo de criação da semiose.

Outro dos conceitos da semiótica da cultura é a semiosfera. Vista como um espaço de realização da semiótica e da comunicação, é a área abstrata em que se manifesta o que é próprio da significação. Fora desse espaço não poderia acontecer uma linguagem, nem comunicação. Entende-se como o espaço-tempo em que “se organiza a complexa articulação de textos, linguagens, códigos, podendo ser entendida como uma dimensão na qual se manifesta o que é próprio da significação, da semiose” (Rosário, 2014, p. 174). Para Lotman, a separação entre núcleo e periferia parte da organização interna da semiosfera, é no centro que se concentrará o dominante, os elementos hegemônicos e os códigos mais aceitos. Vista também como um processo dinâmico, em que o núcleo é o espaço em que acontece o enriquecimento cultural, e a periferia como a região de maior atividade semiótica, em que “formam-se genes que se transformam, mudam e atualizam a memória da cultura” (Machado, 2007, p. 35). A partir do centro é que desenvolvemos nossas traduções, partindo de textos que modelizam nosso entorno por meio de uma hegemonia.

Em relação ao foco desse artigo, estamos acostumados a um certo perfil do candidato que atende determinadas regras, que se mantém dentro do núcleo da semiosfera eleitoral, mas se aparecer algum candidato tentando chegar ao poder com comportamentos,

discursos, gestos ou posturas diferentes das regras, quebrará com o costumeiro, procedendo-se ao deslocamento da periferia para o centro.

A separação entre núcleo e periferia permite que exista uma organização dentro da semiosfera. “O papel da não homogeneidade do espaço semiótico forma reservas de processos dinâmicos e é uma maneira de criar novas informações” (Lotman, 1996, p. 30). Nos setores periféricos, o rigor da organização é menor e permite que esses processos dinâmicos encontrem menos resistências e se adaptem. Os textos que formam parte da periferia não são, necessariamente, estruturas fechadas, podem ser partes ou textos afastados, os quais são os mecanismos de reconstrução do sistema.

No interior da semiosfera circulam os códigos e sistemas modelizantes, estes definidos como um sistema determinado por regras combinadas por um grupo e que produz uma certa estruturalidade. Essas regras estabelecidas funcionam como uma metalinguagem universal de interpretação (Machado, 2003). Nos processos eleitorais da América do Sul, estamos acostumados a certas regras e costumes para organizar e permitir a comunicação e a persuasão dos eleitores. Alguns deles poderiam ser os debates, os vídeos políticos de campanha, as cores representativas do partido, os jingles, entre outros. Contudo, não se pode desprezar textos bem específicos que carregam suas singularidades e tensionam a semiosfera.

Os códigos são vistos como signos convencionais de caráter genérico, pelos quais é possível a constituição dos sistemas semióticos. (Machado, 2003). Lotman (1996) entende que o código corresponde à ideia de uma estrutura criada e de consenso imediato. Seria possível, então, denominá-lo como um conjunto de regras utilizado para atribuir significados a determinada linguagem. Assim, para Lotman (1978, p. 37), cada código específico desempenha duas funções, que estão acionadas, da comunicação e da modelização.

Para entender o conceito de modelização é necessário remontar ao pensamento do semioticista russo, que indica que a natureza e a cultura não poderiam ser consideradas como polos extremos a partir do momento em que atuam formando um modelo informativo. Para Machado (2003, p. 150), “modelização é a chave para compreender a produção de mensagens resultantes das relações entre as mais variadas linguagens ou os mais variados sistemas semióticos da comunicação social” e o “fim da modelização é alcançar um conhecimento sobre o mundo por meio de seus códigos” (Rosário, 2019, p. 6). Dito isso, pode-se entender que compreender os códigos resulta uma instrução por meio da qual, através da decodificação, conseguiremos nos entender socialmente.

O CORPO EM LINGUAGENS

No proceder da vida, os sujeitos recebem diversos estímulos da linguagem corporal que os fazem desenvolver textos corporais determinados, adotar outros e deixar de seguir

alguns. Tudo partindo dos arranjos feitos pelos sistemas modelizantes da cultura, como também da personalidade de cada ser humano. Nesse ponto é bom lembrar que cada cultura apresenta um repertório próprio gestual, postural, de vestimentas, expressões faciais, etc. O corpo se configura a partir do que está fora do físico, mas que é incorporado (literalmente). O clima, a idade, a moda e a cultura são fatores que influenciam na escolha da vestimenta e dos adereços. De acordo com o evento social, a estação do ano, o gênero e estereótipos já estabelecidos pela sociedade; o ser humano cobrirá seu corpo com diferentes roupas, em que os tecidos em suas cores e texturas o permitirão estar dentro de determinado círculo social. Tal como indica Ferreira (1999, p. 130) “as pessoas compram para comunicar ideias aos outros e o corpo é peça prioritária nesse processo”. Estamos constantemente seguindo padrões, tendências para ser aceito e formar parte de um grupo.

Dito isso, apresentamos o grupo de elementos que consideramos integrar para o funcionamento da linguagem corporal com inspiração em Rosário (2019)³, que o entende como feixes de traços distintivos da linguagem não verbal, que estarão presentes nos textos a serem analisados.

- a. Expressões faciais: o rosto é, talvez, uma das partes do corpo mais comunicativas, já que é o centro das atenções no processo comunicativo comum por estar descoberto o tempo todo. Ele tem a capacidade especial para transmitir emoções e tem uma vasta série de possibilidades de coordenar os seus músculos: a testa, as sobrancelhas, os olhos, o nariz, a língua, os lábios em articulação geram diferentes textos que são codificados de acordo com o contexto. Trinta (1999, p. 120) indica que o rosto “delimita e determina áreas de uma expressão subjetiva possível”, isto é, reflete o que poderíamos estar pensando, sendo um reflexo do mais interno do ser humano, revelando a personalidade da pessoa. A expressão facial permite também perceber a mudança das emoções, seja através do movimento de sobrancelhas, de olhos ou de lábios. Trata-se de um trabalho em conjunto que poderá revelar o sentimento da pessoa.
- b. Gesto: geralmente acompanham as palavras, enfatizam os sentidos das frases e discursos verbais com o auxílio de expressões faciais, movimento das mãos, pernas e braços – o que não quer dizer que não existam gestos que significam sem o acompanhamento das palavras.

A cinésica está encarregada de estudar o movimento corporal do ser humano, e é um conceito desenvolvido por Ray L. Birdwhistell (Guiraud, 1991). Apresenta

3 Rosário apresenta na sua pesquisa *Corpos em dissecação. A decodificação dos sentidos nas corporalidades*, diversos traços distintivos, mas foram seletos apenas quatro, os quais estão mais vinculados ao trabalho e que estão diretamente relacionados com a linguagem do corpo.

informação sobre o caráter, emoções e reações dos seres humanos em situações próximas. Esses gestos que acompanham a linguagem muitas vezes são involuntários, tensos, rápidos, repetitivos, mas tentar encaixar um gesto como universal ou como tendo um significado exclusivo é pouco recomendável, já que eles podem ter mais de um sentido.

- c. Posturas: podem ser consideradas como uma atitude que uma pessoa adota frente a uma situação. Para Rosário (2019, p. 10), “as posturas se articulam numa combinação dos diversos membros do corpo, como cabeça, ombro, tórax, braços e pernas, mas se configuram principalmente pela posição da coluna”.

O corpo estabelece seus próprios limites através das posturas. Davis (1979) aponta que cada pessoa conta com um determinado número de posturas aprendidas, que constantemente são usadas e que até se tornam um signo característico do sujeito. Cabe indicar que o corpo também reagirá ante qualquer tipo de contato com o outro, dependendo da proximidade, da cultura, e o interesse do sujeito.

- d. Vestimenta: Utilizada segundo o contexto, a vestimenta pode conotar diferentes significados, desde sedução, modernidade e antiguidade. Através da indumentária, o sujeito pode estimular respostas esperadas, como estabelecer o discurso de superioridade, de subjugação ou de beleza. A vestimenta pode distinguir nossa personalidade e de onde viemos. Pode ser que, mesmo sem participar de um grupo, decida-se vestir algumas roupas a fim de fazer ou sentir-se parte de tal grupo, ou também simplesmente para expressar interesse. Tal como indica Villaça e Góes (1998, p. 109), “A moda se produz como arquivo e vitrine do ser/parecer, sugerindo comportamentos e atitudes, fabricando selfs performáticos”. As peças podem ser paletós, camisetas, chapéus, calças, luvas, moletom, etc., mas os tecidos, comprimento e tamanhos poderão revelar ainda mais a identidade da pessoa e conotar significados.

O “DNA” DO MILITAR

Para poder indicar as singularidades mais representativas do candidato consideramos uma observação de vídeos de divulgação, debates e notícias, destacando os traços com maior regularidade e que estejam fora do normativo. Para escolher os vídeos, precisamos revisar os canais de Youtube do candidato, analisar as repetições, bem como aqueles elementos da linguagem não verbal que se destacam nas sequências analisadas. Foram selecionados vídeos considerando-se três aspectos: maior tempo de exposição do candidato; enquadramentos e planos que permitam observar mais seus gestos, posturas e expressões; e, por fim, o figurino ou elemento que chamasse atenção no texto.

Jair Bolsonaro destacou-se durante a campanha por diferentes eventualidades. Levar a facada em Minas Gerais, o gesto da *arminha*, a não participação no debate do segundo turno, foram alguns dos episódios que caracterizaram a campanha de 2018. Observar os textos em que o candidato participou, distinguir seus traços mais individuais, que provavelmente estão na periferia da semiosfera eleitoral de 2018 nos levou a considerar que são fatos atípicos durante uma campanha. Os gestos e posturas de Bolsonaro podem ser conectados aos de um militar, como a coluna ereta, ombros firmes, além da conhecida postura que vem da ordem “descansar” que consiste em separar os pés, levar os braços para trás e cruzá-los. Após revisar os textos, podemos destacar traços distintivos do candidato, começando pelo excesso de movimento das duas mãos enquanto fala. O outro movimento que faz com as mãos é fechar o dedo indicador com o polegar, movendo-o de cima para baixo, assim como o uso do dedo indicador num ângulo de cerca de 90 graus com o polegar, parecendo uma pistola.

O uso das mãos pode ser interpretado como um reforço contundente do discurso verbal, demonstrando segurança e autoridade. O candidato usa costumeiramente o dedo indicador em riste, muitas vezes apontando para a câmera e, portanto, reforçando a sua fala com os espectadores.



Figura 1. Gesto mais característico de Jair Bolsonaro

Fonte: Publicado pelo Canal Gabriela Pacheco (2020a)⁴.

4 Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLME7SQfus0zoDDRL4Q4GznLqLiTXmAHdl> Acesso em: 28 jan. 2021.

É importante lembrar que o candidato foi criticado durante a pré-campanha por ensinar uma criança a fazer o gesto de arma com as mãos. Bolsonaro indicou que isso significava “coragem, patriotismo e honestidade”⁵, quando os sentidos costumeiros usados para esse gesto simbolizam uma arma e, portanto, podem denotar violência e conflitos⁶. Tal gesto virou uma singularidade durante a campanha de Bolsonaro, sendo sua marca registrada até como presidente eleito, tendo em vista sua promessa de campanha da liberação do uso de armas para todos os cidadãos.

Mais de um dos vídeos de divulgação do candidato Bolsonaro conta com a presença de crianças, como é o vídeo “Com 8 anos de idade Esther mostra que o jornalismo tem futuro no Brasil”. Nesse texto, ele muda a postura ereta para ficar agachado ao lado da menina, do mesmo tamanho dela e inclinando-se em sua direção. O olhar do candidato nesse vídeo está focado na menina Esther e na câmera. O espaço que separa os dois é inferior a uma distância pessoal⁷, estando, aproximadamente, a 20 cm um do outro. Com essas alterações de postura e uma expressão facial sorridente, ele se mostra muito simpático; mudando o tom de voz para mais brando e carinhoso, faz brincadeiras verbais com a criança sobre as perguntas que ela emite. Esse comportamento do candidato pode ser interpretado como paternal, no sentido de instigar empatia e credibilidade para com a criança em relação a ele (e de seus eleitores para com ele). Nesse viés, o então candidato parece ter domínio da linguagem verbal e não verbal das crianças.

Outro dos vídeos em que Bolsonaro rompe com o seu conhecido comportamento não verbal é “Depois de 4 homens uma menina mudou a sua vida”, cuja temática é a reversão da vasectomia do candidato. A ruptura das regularidades se dá pelo registro do choro sentimental e embargado de Bolsonaro ligado à construção de um sentimento de afeto e alegria em relação a sua filha Laura, que nasceu após a reversão da vasectomia. A maior parte do audiovisual deixa o rosto do candidato em evidência e permite exibir seus olhos marejados e rosto um tanto avermelhado. Interessante que a abertura em fundo preto com a frase “Essa é uma história de verdade” e música melancólica já direcionam os sentidos que devem ser construídos sobre o depoimento de Bolsonaro e de sua expressão facial – é um vídeo em que só a cabeça importa. A emoção mostrada através das lágrimas também é realçada pela fala cortada por espaços de ausência de som. O final é coroado com a imagem de pai e filha (Laura) sorrindo para a câmera.

5 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-ensina-crianca-imitar-arma-com-mao-22905093>. Acesso em: 22 dez. 2020.

6 Para as crianças talvez possa ter os sentidos de uma brincadeira em que imitam mocinhos e bandidos que se digladiam com armas, mas, ainda assim, traz o significado de violência.

7 Lascani indica que Hall estuda a proxêmica e a definição dos espaços informais. Sendo um deles, a distância social como a área na qual a pessoa se sente confortável para comandar interações sociais com conhecidos e também estranhos.

Uma regularidade nos vídeos de divulgação, quando o candidato aparece em meio ao público, é o fato de ser carregado nos ombros pela multidão⁸. Geralmente os candidatos são mostrados caminhando entre o eleitorado ou sobre um palco para ganhar maior visibilidade frente ao grande número de seguidores, sendo menos comum a postura de ser carregado por outras pessoas, a qual pode ser interpretada como reconhecimento por parte dos demais, estar acima do povo. Contudo, também torna o carregado bastante dependente do carregador, que é quem o mantém erguido.



Figura 2. Jair Bolsonaro é carregado pelos fanáticos

Fonte: PSL (2019)⁹.

Sobre as expressões faciais do candidato, a mais representativa é o franzimento da testa, que pode ser observada com regularidade. Essa expressão pode ser entendida como um momento de desprezo, de seriedade, de preocupação. Para o franzimento da testa, os músculos se contraem entre as sobrancelhas, dando uma aparência tensa. Algumas vezes se observa que, ao franzir a testa, os músculos dos lábios refletem a expressão, baixando seu contorno.

8 Essa cena também se repetiu em muitas coberturas da campanha de Bolsonaro e, inclusive, no episódio em que ele recebeu a facada em Minas Gerais, em setembro de 2018. O candidato estava sendo carregado nas costas de outra pessoa até que foi surpreendido pela facada de Adelio Bispo de Oliveira.

9 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rcMkKA4RU7M&list=PLME7SQfus0zoDDR4Q4GznLqLiTXmAHdl&index=5> Acesso em: 28 de jan de 2021



Figura 3. Jair Bolsonaro franzindo a testa

Fonte: Bolsonaro (2018b)¹⁰

O candidato participou de dois debates durante a campanha eleitoral. O primeiro deles foi da Band, e teve uma participação de 21 minutos, enquanto no segundo debate, da Rede TV, contou com 12 minutos e 14 segundos de discurso. Conforme já esclarecido, ele não participou dos debates seguintes porque foi esfaqueado. Como gesto inusitado, durante o debate da Band, ele segura a cabeça com a mão, inclinando-se para frente, ao anotar pergunta de Álvaro Dias, fazendo lembrar a postura de um aluno com sono, ao qual a professora tende a chamar a atenção. O que mais rompeu com o esperado de um candidato foi ler anotações feitas nas mãos. Lembremos que no debate da Rede TV, no enfrentamento com a ex-candidata Marina Silva, o candidato levou uma 'cola' com os temas que devia abordar. Esse gesto quebra com o comportamento de um candidato presidencial. A ação constrói sentidos de uma atitude infantil ou de extrema informalidade, além, é claro, de falta de memória. Contudo, esse último sentido poderia ser ressignificado se o candidato levasse um pedaço de papel com as anotações. Da mesma forma, o político pareceu não mostrar muito compromisso com o cerimonial do evento.

10 Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=F_v2auHWk8I&list=PLME7SQfus0zoDDRL4Q4GznLqLiTXmAHdI&index=3 Acesso em: 28 de jan de 2021



Figura 4. Bolsonaro escreve 'cola' na mão durante o debate da Rede TV

Fonte: Jovem Pan (2018)¹¹.

Também chamou atenção, como irregularidade, os poucos segundos em que Bolsonaro apareceu colocando a camisa para dentro das calças, em pé, durante o debate da Rede TV. A imagem foi cortada para outra com rapidez, mas ficou a mensagem de ação corporal inapropriada para um programa ao vivo.

Mesmo em um evento formal, ao vivo, o candidato não parece ter domínio da linguagem corporal apropriada para a televisão. Algumas das posturas do candidato evidenciam certo desconforto de participar de tal evento, como o excesso de movimentos do corpo, coçar o ouvido, levar a mão ao rosto. As principais singularidades são também irregularidades, como iniciar o debate sentado enquanto seus pares estavam de pé e ler anotações registradas nas mãos.

A vestimenta do candidato durante a campanha não apresentou regularidade, alterando de acordo com o tipo de vídeo de divulgação, mas é possível afirmar que ela oscila entre o informal e o formal. Nos vídeos de divulgação – estilo *live*, o candidato aparece com um *look* mais informal: uma camiseta com desenho militar, numa cor que mistura verde e marrom, uma camiseta esportiva da cor verde bandeira e camisa de mangas compridas em um xadrez miúdo preto e branco. Nos dois primeiros casos, destoa do que se viu nos vídeos de divulgação dos demais candidatos à presidência, rompendo com uma cerimonialidade do uso de camisa de mangas compridas, principalmente nos vídeos de depoimento.

11 Disponível em: <https://jovempan.com.br/eleicoes-2018/presidenciais/bolsonaro-escreve-cola-na-mao-durante-debate-veja-o-que-estava-escrito.html>. Acesso em: 28 jan. 2020.

Cabe destacar que durante a campanha, Jair Bolsonaro destacou-se pela participação de vídeos nas redes sociais. Através da sua conta oficial, o candidato aproveita os benefícios da tecnologia, o livre espaço nas redes sociais e o tempo ilimitado para conversar com os internautas por meio de uma *live* no Facebook (todas as quintas-feiras às 20h) ou vídeos gravados com o telefone.

Assim como a vestimenta trouxe o sentido de informalidade, as produções audiovisuais mostraram uma realização bastante simples, pois parecem ter sido gravados com um celular, na casa de Bolsonaro, em plano sequência e com cortes crus. As imagens mostram o político mais descontraído na postura, com roupas esportivas e simples, cenário sem elaboração, mas o discurso verbal continua em tom incisivo e a expressão facial sisuda. Esses textos também abrem espaço para que o figurino, em conjunto com o cenário, traga um entendimento de que seu espaço privado pode ser penetrado, já que o candidato, aparentemente, abre as portas de sua residência e veste-se como se estivesse em casa.

Nesse sentido, cabe destacar que, após Bolsonaro ter sido eleito, virou uma singularidade do político o uso de vestimentas esportivas (camiseta, bermuda e chinelo) para aparecer em público em momentos não tão formais, como, por exemplo, aos finais de semana no Palácio da Alvorada. Também foi retratado, em época de pandemia, com a camiseta do Grêmio, comunicando o poder e faculdade de estar na rua sem proteção alguma em momentos de incerteza. Evidentemente, essas escolhas quebram com as normas sociais de um presidente que, pelo que se pode acompanhar, tem o hábito de receber seus ministros de chinelo e camiseta de time de futebol¹² como também de um militar que despreza uma pandemia e a denomina "gripezinha" para priorizar a economia do país, em detrimento da integridade dos cidadãos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que as semiosferas eleitorais se configuram a partir de muitas similitudes no que concerne os sistemas modelizantes que orientam a linguagem corporal dos candidatos, o desempenho destes frente às câmeras, e mesmo os formatos audiovisuais que, na maioria dos casos, mantêm uma mesma configuração há alguns anos. Os vídeos de divulgação estão mais abertos para a novidade, uma vez que, em geral, são produzidos por agências de publicidade e marketing ou estruturas de comunicação que cuidam do conteúdo e funcionam como uma peça publicitária com diversas possibilidades de exibição que buscam, na maioria dos casos, valorizar o candidato. As estratégias são quase sempre as mesmas: o jingle, frases de efeito, imagens do candidato em meio ao

12 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/piadas-provocacoes-futebolisticas-em-reuniao-em-que-bolsonaro-aparece-de-chinelo-23457398>. Acesso em: 12dez. 2020.

público, sorrisos, abraços, promessas, pessoas do povo dizendo que votarão no político – a exceção fica por conta dos vídeos de divulgação tipo *live*, feitos em casa.

Jair Bolsonaro talvez tenha sido o candidato que esteve mais perto da periferia, naquele núcleo da semiosfera da campanha eleitoral, ao assumir posturas, gestos e expressões faciais diferentes do que se está acostumado. Já observamos que o candidato apresentou um discurso verbal com tom de voz mais agressivo, acompanhado de seu característico problema de dicção. No aspecto corporal, o gesto com a mão que imita uma arma virou sua marca registrada. Seu desempenho frente às câmeras se caracterizou por um descompromisso com o que compõe o sistema modelizante do audiovisual eleitoral.

Dito isso, poderíamos indicar que uma linguagem corporal considerada adequada, que segue os códigos dominantes, que é hegemônica, não condiciona ganhar uma eleição. Todos sabemos que a vitória em uma eleição está atrelada a diversas linguagens, a numerosos contextos, a muitas estratégias, formando um todo de alta complexidade. Nesse sentido, a linguagem corporal é apenas um dos elementos que vai compondo esse todo e que tem especial importância na codificação da imagem do candidato. Seu modo de se mostrar, muitas vezes, é na sutileza, suas mensagens raramente 'gritam'; pelo contrário, na maioria das vezes, suas mensagens escapam.

Desde o aspecto semiótico, o presidencialável semiotiza a cultura e o sistema eleitoral em que estão inseridos, podendo indicar também os rumos contextuais da política no país. Fazem, portanto, menção à cultura de cada país, como também da política que o caracteriza segundo o contexto. É possível refletir sobre como tais textos estão falando da cultura. Isso pode ser visto através do comportamento do candidato, dos discursos verbais, das expressões corporais e das vestimentas dele. É evidente que esses textos se referem a uma parte da cultura brasileira, e que não representam o todo, mas informam sobre uma determinada congregação que comunica e que tem interferência sobre os sistemas semióticos e políticos do país.

Este artigo permitiu entender que, em época de campanha, a linguagem corporal, principalmente no aspecto das espacialidades, gestos, expressões faciais e vestimenta, é relevante. Esse é um tempo em que os candidatos são mais simpáticos, amigáveis e compreensivos frente aos eleitores, permitem que os limites espaciais sejam rompidos e toleram beijos, abraços, aglomeração, até mesmo troca de suores, assim como parecem escutar todos os problemas do público que o rodeia. Frente aos opositores são sérios, empertigados, mantém distância (no máximo um aperto de mãos). Invasão do espaço próprio, discursos agressivos, danças e adereços estranhos por vezes conformam a semiosfera da campanha eleitoral.

É preciso afirmar que o corpo eleitoral faz parte desse corpo político. São versões que se constroem dependendo da personalidade do ator. Um candidato apresentará diferentes fachadas, mas a construção desse corpo não chega a ser totalmente falsa. É armado com base em uma singularidade desse candidato, que vai se moldando segundo os interesses que são criados para a persuasão da cidadania. Tal qual uma peça publicitária faz com seu produto, o corpo eleitoral é a melhor versão do político, aquela que tenta trazer o que ele tem de melhor, de mais comprometido com o cidadão, de mais sábio, de mais educado. Esse desempenho deriva de um corpo-texto camaleônico que, ao ser eleito, assume outras cores e texturas. Assim, deixa-se um questionamento, como provocação, para instigar futuras pesquisas: qual é o impacto que tem o corpo eleitoral.

REFERÊNCIAS

- Bolsonaro, J. (26 de octubre de 2018). *Chegamos na reta final. Vamos dar o último gás combatendo, COM A VERDADE, as mentiras do PT!* [archivo de video]. https://www.youtube.com/watch?v=F_v2auHWk8l&list=PLME7SQfus0zoDDRL4Q4GznLqLiTXmAHdl&index=3
- Campelo, C. (1997). *Cal(e)doscorpors: um estudo semiótico do corpo e seus códigos*. São Paulo: Annablume.
- Davis, F. (1979) *A comunicação não-verbal*. São Paulo: Summus.
- Fernandes, L. (20 de julio de 2018). Bolsonaro ensina criança a imitar arma com a mão. *O Globo Brasil*. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-ensina-crianca-imitar-arma-com-mao-22905093>
- Ferreira, R. (1999). Corpo e Consumo: A Estética Carioca. Em Villaça, N.; Goes, F.; Kosovski, E. *Que corpo é esse?* (pp. 122-132) Novas Perspectivas.
- Gamba, K. (15 de febrero de 2019). Piadas e provocações futebolísticas em reunião em que Bolsonaro aparece de chinelo. *O Globo Brasil*. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/brasil/piadas-provocacoes-futebolisticas-em-reuniao-em-que-bolsonaro-aparece-de-chinelo-23457398>
- Guiraud, P. (1991). *A linguagem do corpo* (trad. L. Oliveira). São Paulo: Ática.
- Jovem Pan (18 de agosto de 2018). Bolsonaro escreve 'cola' na mão durante debate; veja o que estava escrito. *Jovem Pan*. Recuperado de <https://jovempan.com.br/eleicoes-2018/presidenciais/bolsonaro-escreve-cola-na-mao-durante-debate-veja-o-que-estava-escrito.html>
- Lascani, D. (15 de junio del 2020). Nova proxémica pós pandemia. *Psicologia.pt*. Recuperado de <https://bit.ly/3dbCVFE>

- Lotman, Y. (1978). *Estética e semiótica do cinema*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Lotman, Y. (1996). *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lotman, Y.; Uspenski, I.; Ivanov, V. (1981). *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Machado, I. (2007) *Semiótica da Cultura e Semiosfera*. São Paulo: Annablume.
- Machado, I. (2003). *Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Menezes, A. (17 de setembro de 2018). *Bolsonaro se emociona ao falar da sua filha Laura* [arquivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2Y3kMx6b2QYZZ>
- Partido Social Liberal PSL (16 de agosto de 2018). *Muda, Brasil! Muda de verdade! - Clipe Oficial da campanha de Jair Bolsonaro para a Presidência*. [arquivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rcMkKA4RU7M&list=PLME7SQfus0zoDDRL4Q4GznLqLiTXmAHdl&index=5>
- Rosário, N. (2019). Aproximações da linguagem do corpo pela semiótica da cultura. *42 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom*. Recuperado de <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0276-1.pdf>
- Rosário, N.; Aguiar, L. (2014) Implosão midiática: corporalidades nas configurações de sentidos da linguagem. *Significação: Revista de cultura audiovisual*, 41(42) 166-185. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2014.82572>
- Trinta, A. (1999). Face ao rosto (Subsídios a uma fenomenologia da aparência). En: Villaça, N., Goes, F., Kosovski, E. *Que corpo é esse?* (pp. 116-12). Novas Perspectivas.
- Villaça, N.; Goes, F. (1998). *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco.

JOURNALISTIC REPRESENTATION OF WOMEN IN THE REPORTAGE OF MILITARY OPERATIONS AGAINST BOKO HARAM IN NORTHEAST NIGERIA

BEN-COLLINS NDINOJUO*

University of Port Harcourt
ben.ndinojuo@uniport.edu.ng

Recibido: 19/8/2020 Aceptado: 3/2/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4826>

ABSTRACT. The role of women in the reportage of military operations against the Boko Haram insurgents and their portrayal in news reports were investigated in this study. Radical Feminist Theory and Feminist Muted Group Theory were used to elucidate the research. Using content analysis, online editions of four Nigerian newspapers—*Daily Trust*, *Premium Times*, *The Nation*, and *Vanguard*—from January 2014 to December 2016 were investigated to reveal how women were presented in news reports. Findings produced 185 news stories; women were included in 10 % of the total pictures used. Women made up 8 % of the bylines and 4% of the sources, with 59 % of the women mentioned in the news presented as kidnap and rescued victims. The study found an underrepresentation and misrepresentation of women in news reports, which were attributed to the male-dominated journalism field that preferred using their male sources to the detriment of issues affecting women.

KEYWORDS: gender / news / Boko Haram / military / Nigeria

* Ph.D. in Communication Studies from the Department of Linguistics and Communication Studies of the University of Port Harcourt, Nigeria (see: <https://orcid.org/0000-0003-4163-7756>).

REPRESENTACIÓN PERIODÍSTICA DE MUJERES EN EL REPORTAJE DE OPERACIONES MILITARES CONTRA BOKO HARAM EN EL NORESTE DE NIGERIA

Resumen. En este estudio se investigó el papel de las mujeres en la información sobre operaciones militares contra los insurgentes de Boko Haram y su representación en los informes de noticias. La teoría del feminismo radical y la teoría de grupos silenciados feministas se utilizaron para dilucidar la investigación. Mediante el análisis de contenido de las ediciones en línea de cuatro periódicos nigerianos: *Daily Trust*, *Premium Times*, *The Nation*, y *Vanguard*, de enero del 2014 a diciembre del 2016 fueron investigados para revelar cómo se presentaba a las mujeres en los informes de noticias. Los hallazgos produjeron 185 historias noticiosas; las mujeres se incluyeron en el 10 % del total de fotografías utilizadas. Las mujeres constituían el 8 % de los firmantes y el 4 % de las fuentes, con el 59 % de las mujeres mencionadas en las noticias presentadas como secuestradas y rescatadas. El estudio encontró una subrepresentación y tergiversación de las mujeres en los informes de noticias que se atribuyeron al campo del periodismo dominado por hombres que prefería usar sus fuentes masculinas en detrimento de los problemas que afectan a las mujeres.

PALABRAS CLAVE: género / noticias / Boko Haram / militar / Nigeria

REPRESENTAÇÃO JORNALÍSTICA DE MULHERES NA REPORTAGEM DE OPERAÇÕES MILITARES CONTRA BOKO HARAM NO NORDESTE DA NIGÉRIA

RESUMO. Este estudo pesquisou sobre o papel das mulheres nas reportagens sobre as operações militares contra os insurgentes de Boko Haram e a representação delas nas notícias. A Teoria do Feminismo Radical e a Teoria do Grupo Silenciado Feminista foram utilizadas para elucidar a pesquisa. Usando a análise de conteúdo, edições online de quatro jornais nigerianos; *Daily Trust*, *Premium Times*, *The Nation* e *Vanguard*, de janeiro de 2014 a dezembro de 2016, foram investigados para revelar como as mulheres eram apresentadas nas reportagens. As descobertas produziram 185 notícias e as mulheres foram incluídas em 10% do total de fotos utilizadas. Elas representaram 8% das assinaturas e 4% das fontes, e 59% das mulheres mencionadas nas notícias foram apresentadas como vítimas de sequestro e resgatadas. O estudo encontrou uma sub-representação e deturpação das mulheres nas reportagens que foram atribuídas ao campo do jornalismo dominado pelos homens, que preferiam usar suas fontes masculinas em detrimento das questões que afetam as mulheres.

PALAVRAS CHAVE: gênero / jornal / Boko Haram / militar / Nigéria

BACKGROUND OF THE STUDY

While watching *Whiskey Tango Foxtrot* starring Tina Fey in the lead role, and directed by Glenn Ficarra and John Requa, the movie showed challenges journalists face in covering military operations in Afghanistan and how some lost their lives or body parts in the course of breaking the next story. I tried to imagine the same journalists in Nigeria reporting the insurgency in the northeast of such country, where the Boko Haram militant group has been fighting the Nigerian government since 2009 (Ahokegh, 2012). In *Whiskey Tango Foxtrot*, it was commonplace for female journalists to be in the field covering military operations. Can the same be said for Nigeria's conflict areas especially with how deadly and violent the Boko Haram militant group has become? This study documents the contributions and representations of women in newspaper reports about military operations against Boko Haram in the northeast of Nigeria. The rise of feminism, especially the #MeToo Movement at the global level, has created the need to better understand feminine aspects of societal issues.

The role and impact of women in the Boko Haram insurgency have been captured in a number of studies (Bigio & Vogelstein, 2019; OCHA, 2019; Okoli, 2019; Sunday, 2019; UNICEF, 2019; Pillay, 2018; Idowu, 2016; International Crisis Group, 2016; Mlambo-Ngcuka & Coomaraswamy, 2015; Okeowo, 2015). The conflict has had an astounding impact on the lives of thousands of women (and girls): some have been recruited voluntarily, and others by force or for lack of other options into new, evolving roles outside the domestic sphere. Others joined the group first as members of a religious community and later as insurgents, while many are targets of its pugnaciously sinister and brutal campaign. Some fight against it within local vigilante units; others play critical roles in relief, rehabilitation and reconciliation efforts; while many displaced by fighting find themselves with new responsibilities in internally displaced people's shelters or makeshift homes (International Crisis Group, 2016).

Women are mainly confined to a domestic role of bearing children as wives and being housekeepers; however, because of their ability to pass through military checkpoints, they have been increasingly used as suicide bombers targeting the military and public places of gathering like markets and motor parks. Extremist groups rely upon women to gain strategic advantage, recruiting them as facilitators and martyrs, while also benefiting from their subjugation. (Bigio & Vogelstein, 2019; Zena, 2019). Scholarships estimate that women represent between 10 and 15 percent of a terrorist group's membership (Matfess & Warner, 2017), while many others have been fighting the terror group (Sunday, 2019; Idowu, 2016; Okeowo, 2015), and others have been providing humanitarian services and working in the media in the troubled region in the face of daunting impediments (Awokoya, 2019; OCHA, 2019; UNICEF, 2019).

In exploring the issue of women in journalism, York (2017) notes that although women have dominated journalism classes, men have dominated the profession practice of journalism: a fact that has been supported in a number of studies (Oppenheim, 2019; Guaglione, 2019; Deutch, 2019; Ponsford, 2017; Women Media Center, 2017; Joyce, 2014; Djerf-Pierre, 2007). Joyce (2014) declares that *The New York Times* had the fewest female bylines (31 percent) of the ten largest newspapers, *The Chicago Sun Times* published the most female bylines (46 percent), and *The Washington Post* had the third highest rate (41 percent). Guaglione (2019) states that 41.7 percent of newsroom employees are women.

In support of this, York (2017) hypothesizes that the smaller number of women journalists could be a result of any 'schedule incompatible with family life, the lack of female leadership or the glass ceiling.' She adds that they are leaving their profession after graduation or being pushed out due to sexism or discrimination, while men are receiving 62 percent of bylines and other credits in print, online, TV and wire news, and have 84 percent of the last century's Pulitzer Prizes. Deutch (2019) reiterates that journalism remains dominated by male reporters and their male sources. These sources mean that issues would be seen from their perspectives, while underrepresenting the views of the opposite gender, which creates an issue of gender imbalance in reportage and, by implication, gender bias. When the topic under coverage entails violence and conflict, the number of women journalists is expected to further diminish due to the higher risks of injury, physical and sexual assault, and even death involved in covering such a beat.

Mirroring from her personal account as a reporter who has covered violent conflicts, Awokoya (2019) posits that female war correspondents face risks on the frontline that their male colleagues do not have to contend with; however, it does not mean that they can be easily defined by stereotypes. In the frontline, male and female correspondents, she argues, were tasked with the same responsibilities: they embedded themselves with guerrillas, endured shellfire, travelled in the same clothes for days, and listened to horrific tales of victims that need their stories shared. Furthermore, she restates that being a woman on the frontline takes a certain type of courage, because doing so bears certain risks: risks that may not be nearly so common for their male counterpart, most especially with sexual assault and harassment. In spite of these challenges, women bring in an ingredient that makes them indispensable when covering conflicts. Alexis Okeowo, a reporter who has written about Boko Haram when responding to questions by Awokoya (2019), opined that

'Despite the extra troubles of being a female journalist or working abroad, I think female voices are so essential. There is something special about reporters who can find people that they can connect with in different ways than their male counterparts. It broadens the narrative and gives a dimension and a scope that would not be there if these stories were told by men.'

Female voices are important in journalism and, in Nigeria, their case may not be different as seen in earlier studies discussed. In hindsight, Amobi (2013) traced the prejudicial treatment of women back to the pre-colonial era with roots in traditional African culture, Christianity and Islam, which all preach about the virtue of submissiveness of women. This bias is extended to the treatment of women in the media where they are ignored, denied or made to be invisible. Fab-Ukozor (2004) adds that media reports are unbalanced against women, with little reporting about their issues except when they are presented as models in ads. His reason for this bias is that control of media is either by the government and media owners who are mostly men and, as such, would not be bothered about issues beyond their sphere. This is supported by the World Economic Forum (WEF)'s Global Gender Gap Report 2018, where Nigeria ranked 133rd out of 149 countries (Ayetoto, 2018), moving down from the 122nd position in 2017 and the highest ranking of 94th attained in the first edition in 2006 (Bakare, 2018). The most recent ranking in 2020 places Nigeria 128th out of 153 countries (WEF Report, 2020): a slight improvement, but a lot is still expected from the various stakeholders in order to reduce gender disparity, with the major challenges faced by women in Nigeria being sexism, sexual harassment, assault in the workplace and denial of promotion due to their gender orientation, most especially those reporting about violent conflicts from unstable areas.

In the midst of these challenges faced by women reporters and women in general during violent conflicts, this study aims to highlight the representation of women in the bylines and pictures that appear in news stories about military operations against Boko Haram in the northeast of Nigeria, and also evaluate the occurrences of sources mentioned in these reports by women. The following research questions guided the study:

RQ1: What images of women are depicted in pictures used in reporting military operations against Boko Haram?

RQ2: What gender peculiarities were observed in the journalists covering news stories about military operations against Boko Haram?

RQ3: What is the gender disparity in the sources cited in news stories about military operations against Boko Haram?

RQ 4: How are the women portrayed media in reports about military operations against Boko Haram?

RQ5: Are there incidents involving violence (arrest, kidnapping, sexual assault, physical assault, online hate speech) against female journalists covering military operations against Boko Haram?

The newspapers which are the focus of this study provide a platform where issues can be dissected and discoursed, breaking down and ascribing meaning to complex events in the process of providing more clarity to the reported events (Okon, 2013).

During and in the aftermath of national and international conflicts, news organizations try to analyze and contextualize information, so readers can get a better grasp of the conflict in relation to the national and foreign policies of the government, as well as its wider implications for the citizenry (Okon, 2017; Alli, 2001). Four Nigerian national daily newspapers were purposively selected for this research: *Vanguard*, *Premium Times*, *Daily Trust*, and *The Nation*.

FEMINIST THEORIES

Feminist theories, popularized in the late 1960s and 1970s, focus on examining and analyzing gender inequality in the society, deepen debate about how gender constitutes society and, in this study, addresses gender inequality associated with reporting about military operations against Boko Haram by Nigerian newspapers. They use the conflict approach to examine the maintenance of gender roles and inequalities. Feminist theories analyze women's experiences of gender subordination, the roots of women's oppression, how gender inequality is perpetuated, and offer differing remedies for gender inequality (Jones & Budig, 2008). This research considered Radical Feminist Theory and Feminist Muted Group Theory.

The Radical Feminist Theory considers the role of the family in perpetuating male dominance. This theory focuses on the subordination of women to men due to universal patriarchy that exists across all cultures and historical periods (Hines, 2008). According to radical feminists, it is sexism and patriarchy that explain the problem of women in society (Ityavyar, 1992). Radical feminists question why must women adopt certain roles based on their biology just as they question why men adopt certain other roles based on their gender. In patriarchal societies as those in Nigeria, men's contributions are seen as more valuable than those of women. Patriarchal perspectives and arrangements are widespread and taken for granted. As a result, women's viewpoints tend to be silenced or marginalized to the point of being neglected, discredited or considered invalid. Dow and Condit (2005) recognize the significance of feminist scholarship in the sense that it 'sees itself as contributing to positive social change, creating a world in which there is greater gender justice' (p. 461). Characterization of women in newspapers as this study researched is crucial for assigning power roles and exploring the roles that have been assigned to women when reporting military operations in the northeast of Nigeria.

The Feminist Muted Group Theory was propounded by Edwin and Shirley Ardener in 1975, and focuses on how marginalized groups (gender, race, social and educational status, etc.) are muted and excluded through the use of language (West & Turner, 2018). It was further developed by Kramarae (1981) in the field of communication studies. They suggested that in every society a social hierarchy exists, whereby certain privileges are granted to one group and not to the other. In this sense, the group with the advantage

determines to a large extent the communication system for that society, and the muteness occurs due to the lack of power accorded to the group at the lower rung of the ladder (Amobi, 2013). Kramarae (1981) proposed that, to correct this imbalance, women must act similar to the dominant group (men) in terms of their perception toward things in the society.

LITERATURE REVIEW

Gender in the Nigerian media has been treated by a number of scholars over time. Studies such as those by Nweke, 1989; Anyanwu, 2001; Okunna, 2002; Ashong and Betta, 2011; Nwabueze, 2012; Enwefah, 2016, among a host of others, explored the gender perspectives observed in the media landscape in Nigeria. In her findings, Nweke (1989) stated that statistics of the Nigerian media showed that there were no women among nearly 100 chief executives of broadcasting stations. She added that there were only three female editors and one acting editor among the 300 journalists of the *Daily Times*, with 75 being women. The *News Agency of Nigeria* (NAN) had eight women out of 127 journalists, with none occupying a senior management position. This was four years since the establishment of NAN; however, one woman sat on the ten-member board of directors of the agency.

She continued that, in the *Federal Radio Corporation of Nigeria* (FRCN), women made up 35 percent of the total workforce, and one woman out of six assistant directors was part of the senior management cadre. Exploring further, researchers like Ashong and Betta (2011) also had similar findings; they highlighted that men significantly outnumber women in all facets of communication practices in Nigeria. Whereas women constitute the majority of students of communication studies, men form the bulk of communication educators and practitioners in Nigeria. This was also affirmed by scholars like Anyanwu (2001) and Okunna (2002). The media landscape did not witness significant changes in the study by Enwefah (2016), who found out that females constituted 21 percent of newsroom staff in Nigeria, seven percent of the editorial staff and 25 percent of columnists.

Nwabueze (2012) investigated gender relations and representations in the Nigerian media. He rightly agreed that other studies have earlier established a lower number of female journalists and press underrepresentation of women. He observed that there is much less evidence that establishes whether there is a relationship between the lower number of female journalists and press underrepresentation of women. Using the newsroom ethnography method, he investigated female journalists' perceptions of gender relation issues in the media with personal and group interview techniques. His findings showed that the low number of female journalists in Nigeria may be due to the optimum requirements and demands on female journalists who probably find it difficult to combine their career with domestic responsibilities that may be required from women, corruption and bias in the media, cultural factors and the fact that women do not

want publicity. Another factor he ascribed for the underrepresentation of women was the male dominance of newsmakers in society. He recommended that women should aspire to positions of authority to become newsmakers, and effort should be made to ensure equality in gender representation in the media.

METHODOLOGY

A content analysis research design was adopted, as this study was to analyze newspaper content. The research population consisted of four daily newspapers, which were purposively selected based on their spread and sphere of influence in the Nigerian media sphere, including *Vanguard*, *Premium Times*, *Daily Trust*, and *The Nation*. All the editions of the newspapers from January 1, 2014 to December 31, 2016 were taken into account. This gave us 365 days in 2014 and 2015 each, and 366 days in 2016, amounting to 4384 issues in total. The sample size of this study was calculated using the Taro Yamane formula (Yamane, 1973) with a confidence level of 95%. The formula is as follows:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Where:

n = sample size required

N = number of people in the population

e = allowable error (%)

Thus, by substituting the values into the equation, this becomes

$$n = \frac{4384}{1+4384(0,05)^2} = 366 \text{ (rounded up).}$$

To ensure a uniform distribution across the issues, the sample size of 366 was reduced to 360. To account for an equal representation for each sampled newspaper, quota sampling was applied to share the sample across the newspapers into 90 issues for each sampled newspaper, and further divided into 30 issues per year for evenness. The unit of analysis for this study was straight news, and the study used both quantitative and qualitative techniques to analyze the data.

For a story from any of the sampled newspapers to be included as a unit of content, some keywords were chosen to guide their selection. At least one of them must have been included in the headline and the others must have been referenced in the body of the news account. Some of the keywords were *army*, *military*, *troops*, *air force*, *soldiers*, *Special Task Force (STF)*, *Joint Task Force (JTF)*, *Defence Headquarters (DHQ)*, *Multinational*

Joint Task Force (MNJTF), Nigeria, which were used with all or any of the following terms in the headline: *Boko Haram, insurgents, terrorists, northeast, Borno, Yobe, Adamawa, Taraba, Bauchi, Gombe, woman, girl, lady, widow, daughter, mother, wife, grandmother, girlfriend*. This definition reduced the burden of story selection.

RESULTS AND ANALYSIS

This research was carried out to explore the gender perspective in Nigerian newspapers' reportage of military operations against the Boko Haram insurgent group. A total of 185 stories were coded and analyzed for this study from a sample size of 360 issues obtained from the four selected Nigerian national newspapers between January 1, 2014 and December 31, 2016. The analysis presented is based on news reports about military operations against Boko Haram in Nigeria. A further breakdown is presented in table 1.

Table 1
News articles used for the study

	Newspapers	No. of stories	Percentage
1	Daily Trust	26	14
2	Premium Times	54	29
3	The Nation	43	23
4	Vanguard	62	34
	Total	185	100

Table 1 shows that *Vanguard* newspaper produced the highest number of stories with 62 (34%), while *Daily Trust* had the least number with 26 (14%). The lower number for *Daily Trust* could be attributed to the unavailability of some editions from the sample. The editions of *Daily Trust* not available were those from January 10, February 27, March 11 and May 10, 2014. The research sample is still valid because the four editions constitute about 4,4 % of *Daily Trust* sample and 1,1 % of the total sample population. One edition of *The Nation* dated June 27, 2014 was also not available. This underscores the need to have a good website that can archive issues over a long period of time. *Vanguard* and *Premium Times* have a very good website, with information stretching back to 2012 in the case of *Vanguard*. On the other hand, *Daily Trust* has changed its website between 2014 and 2016, which accounts for its lower data for the study.

Research question 1: What images of women are depicted in pictures used in reporting military operations against Boko Haram?

Table 2 shows that more stories with pictures, compared to those that had no pictures, were analyzed for the study. A breakdown of picture usage by newspaper shows that *Premium Times* used pictures in 53 out of the 54 stories selected, which translates to 40% of the total pictures used compared to *Daily Trust* which used the least with 9 (7%).

Table 2
Images of women in the news

Pictures	Newspapers				Total	%
	Daily Trust	Premium Times	The Nation	Vanguard		
1 Picture present in stories	9	53	32	39	133	72
2 No picture in stories	17	1	22	23	52	28
3 Females	1	6	3	3	13	10
4 Males	5	37	27	34	103	77
5 Others	3	10	2	2	17	13

Females were seen in 10% (13) of the total number of pictures used in the stories captured by the study data, compared to males who appeared in 77% of the images and ‘others’ accounting for 13%. ‘Others’ could be military equipment or insignia, scene of a bomb blast or military activity. The result indicates that prominence is not accorded to women in the use of pictures as 10% is a gross underrepresentation. This stereotype was discussed in the Radical Feminist Theory, where the subordination of women by men is due to universal patriarchy (Hines, 2008). Men appeared in 77% of the images as soldiers fighting the insurgent group and rescuing women from Boko Haram captivity, providing donations for women (depicted as widows who have lost their men and now need the assistance of other men to survive), or running away from the conflict. On the other hand, women were presented as being helpless against the Boko Haram group, where only men could save them.

However, there are women serving as journalists, aid workers and volunteers whose stories have been muted. One challenge for this is to access to the conflict region. Most stories being reported from the conflict by Nigerian newspapers are either uncorroborated news from the military or stories from foreign news agencies, whose reporting agenda may not be the activities of female journalists, aid workers and volunteers in the conflict.



Figure 1. Image from *Daily Trust* showing rescued women from Boko Haram

Source: Omirin Olatunji

Images of women from *Premium Times*



Figure 2. Women fleeing from Boko Haram violence

Source: Dan Fulani



Figure 3. Women rescued from Boko Haram captivity

Source: Ibeh



Figure 4. Women seen walking with children after rescue

Source: *Premium Times*



Figure 5. Rescued women from Boko Haram

Source: *Harunah*



Figure 6a. Abducted girls in Boko Haram captivity

Source: *Haruna*



Figure 6b. A rescued girl from Boko Haram captivity with her baby.

Source: *Haruna*

For *The Nation* newspaper, the three images of women found in their reports were the same as those in Figure 6a (in two instances) and the image in Figure 6b.

Images of women from *Vanguard*



Figure 7. Former President Jonathan hosts widows and children of soldiers killed by Boko Haram

Source: *Vanguard*

The next image is the same as the one used in Figure 5. And finally:



Figure 8. Rescued Chibok girl handed over to Borno State Government

Source: *Vanguard*

Judging from the images associated with women in the news reports, they are considered as being vulnerable, prone to be kidnapped—even though the insurgents kidnap both men and women—or rescued from Boko Haram. No image depiction focuses on men being rescued the way attention is given to women being rescued. This description portrays women as being weak, being prone to be kidnapped, and needing men to rescue them from captivity. This may not be the entire truth as women have been shown to be humanitarian workers, journalists and soldiers involved in the fight against the insurgents (Awokoya, 2019; OCHA, 2019; Sunday, 2019; UNICEF, 2019; Idowu, 2016; Okeowo, 2015). That part, however, has been shielded from being seen by the media, either because of the male-dominated profession, as stated by different scholars (Oppenheim, 2019; Guaglione, 2019; Deutch, 2019; Ponsford, 2017; Women Media Center, 2017), or due to the limited access granted to journalists covering the crises, who can only report what they have been granted access to report by the military authorities (Rozen, 2019; Reporters Without Borders, 2016).

The findings are supported by the Feminist Muted Group Theory created by Edwin and Shirley Ardener in 1975, as stated in West & Turner (2018). Women were muted and presented as a marginalized group in reportage about military operations against Boko Haram. Their contributions were significantly downplayed and, in other instances, omitted entirely to reflect the views of the male gender. Women have also been relegated and denied power as can be seen from the newspaper bylines and sources in the stories analyzed. The male gender has used its relative advantage to propagate scenarios that

are flattering to men, which do not reflect the true situations of things in the northeast of Nigeria. In fact, men have it worse compared to women when captured by either the military or Boko Haram, because they are either imprisoned or summarily executed. Women mainly serve as domestic servants, sexual tools and wives to Boko Haram members when captured, compared to males that are always bound and restricted when kept alive. These narratives, however, have been kept away from the media; instead, only the harsh treatment meted out to women is reported, while men are projected as saviors or oppressors but rarely as victims.

This suggests a continuation of the paradigm of portraying the female gender through the lenses of male binoculars characterized by sexism and discrimination against women, who are usually referred to as the weaker sex. Moreover, this concept is reinforced by images of women being kidnapped (by men) and rescued (by men), with little or no emphasis on the strong attributes that can be used to identify women who are doing an immeasurable humanitarian work in the region providing support services for the military, the injured and vulnerable groups, as well as those on the frontlines as part of the military or journalists who, judging from the pictures tale of reportage about military operations against Boko Haram, do not exist. The only visible women in pictures are those being kidnapped or rescued; every other category of women have been rendered invisible, deleted, denied and obscured from press picture gallery.

Research question 2: What gender peculiarities were observed in the journalists covering news stories about military operations against Boko Haram?

Table 3
Use of bylines

	Newspapers	Presence	Absence
1	Daily Trust	22 (21%)	4
2	Premium Times	33 (31%)	21
3	The Nation	25 (24%)	18
4	Vanguard	26 (25%)	36
	Total	106 (57%)	79 (43%)

The findings of this study indicated that bylines were used more often in reports about military operations against Boko Haram in other than Nigerian newspapers. The implication is that the newspapers have established correspondents that cover the beat under review as such, and sources have target journalists when they have information about military operations against Boko Haram insurgents that they consider relevant and want to share with the public or government. Regarding news stories without bylines,

they were written by press agencies, with the most popular being News Agency of Nigeria, the national press agency in Nigeria. They were mostly used by *Premium Times*, while others used the name of the newspaper or left the byline section blank altogether, especially in *Daily Trust*, *The Nation* and *Vanguard*. Table 3 shows that the use of bylines among the selected newspapers was fairly similar regardless of the number of stories contributed by each newspaper for the study. *Premium Times* had the highest with 33 (31%) and *Daily Trust* had the least with 22 (21%) of news stories with bylines. From the byline, we were able to determine the gender of the journalist(s) for each story. Bylines help to raise the profile of the named journalists and could be useful when applying for fellowships and grants, as well as when trying to move up the job ladder in advertised positions in the same media organization or other media organizations.

Table 4
Gender of journalists

	Gender	Newspapers				Total	%
		Daily Trust	Premium Times	The Nation	Vanguard		
1	Male	23	24	27	28	102	51
2	Female	2	12	1	1	16	8
3	Agency report	0	2	2	1	5	3
4	Unknown	4	19	16	36	75	38
	Total	29	57	46	66	198	100

Table 4 presents the genders of the journalists as obtained from the bylines. Stories with male bylines outnumbered female’s by 102 (51%), followed by those unknown which totaled 75 (38%). Stories with female bylines accounted for 16 (8%). *Premium Times* had the most female bylines with 12 entries, while the other newspapers contributed one each. A further analysis of the findings revealed that *Premium Times*, *The Nation*, and *Vanguard* female reports were attributed to only one female reporter each, while *Daily Trust* had two female reporters. A closer look further revealed that nine of the twelve *Premium Times* reports were written in 2014, while the other three were written in 2015. *Premium Times* had no female reports in 2016, *Daily Trust* had one each in 2014 and 2016, *The Nation* filed one in 2014, and *Vanguard* had a solo female entry in 2016.

This takes us to the observations by Guaglione (2019), Deutch (2019), York (2017), and others that men have dominated journalism practice while women have dominated the classrooms. The underrepresentation of women in the journalism field is one of the reasons—as we saw earlier—why female images have less focus on the print. Moreover, the number of women journalists is expected to further decrease when the topic is about

violence and conflict because of the higher risks of injury, physical and sexual assault, and in extreme cases death of the journalist. Nwabueze (2012) highlighted that the low number of female journalists in Nigeria may be due to the high premium requirements of the job and that female reporters may find it cumbersome to combine the rigors of maintaining balance between work and family, coupled with work related bias and cultural factors that enthrone patriarchy in the society, especially in Sub-Saharan Africa.

Research question 3: What is the gender disparity in the sources cited in news stories about military operations against Boko Haram?

Table 5
Gender of sources

	Gender	Newspapers				Total	%
		Daily Trust	Premium Times	The Nation	Vanguard		
1	Male	26	53	42	59	180	93
2	Female	2	2	3	1	8	4
3	Unknown	0	1	1	3	5	3
	Total					193	100

The sources mentioned in news stories about military campaigns against Boko Haram were classified by gender and presented in table 5. Findings revealed a total of 193 sources in 185 news stories. Male sources outnumbered female's and were found in 180 (93%) of the 193 sources identified in the stories analyzed, compared to female sources which totaled eight (4%). All the newspapers used over 90% male sources for all of the stories analyzed individually. This continues highlighting the trend of male dominance discussed by Deutch (2019), who analyzed the issue around journalism, which has remained dominated by male reporters and their male sources. This means that issues would be seen from males' perspectives, underrepresenting the views of the opposite gender and creating a gender imbalance in reportage and, by implication, gender bias.

We can relate this situation with the pictures presented before, where all of them showed women being rescued, running away from or being widowed by Boko Haram's violence. Hines (2008), when discussing the Radical Feminist Theory, states that this also keeps perpetuating male dominance: the observed bias consists of male journalists seeking information from fellow male sources even though there are as much or more females in the area at the time of occurrence of the event. Amobi (2013), when explaining the Feminist Muted Group Theory and how women are excluded in media discussions,

suggested that in every society a social hierarchy exists, whereby certain privileges are granted to one group and not the other. In this sense, the group with the advantage determines to a large extent the communication system for that society, and the muteness occurs due to lack of power accorded to the group at the lower rung of the ladder. Among the sources seen in this study, journalists rarely speak to the female locals as sources. Efforts should be doubled to include female sources in such news reports. This would be more likely to happen if more female journalists were added to the pool covering military operations against the Boko Haram group.

The lack of power accorded to women in the newsroom means that their views are muted and presented through the lenses of the supposed 'superior gender,' as we saw earlier in the presentation of women as people being kidnapped by the Boko Haram group (mostly men) and rescued by the soldiers (another group of men). Thereby, women's lives in the northeast of Nigeria seem to be in the hands of men, one group for the worst, another group for the best, and the news reports have tacitly negated the role of women in fighting the insurgency as they have not been in such role in the pictures or bylines of journalists reporting about the conflict, or providing information to the press about military operations in the region.

Despite the fact that there were many stories where women were rescued by Nigerian soldiers from Boko Haram captivity, yet there were no mention of interviewing any of such women about their experiences during captivity and their rescue, or how they have been cared for since their freedom from the Boko Haram insurgents. The insight the women would provide will give the government and the public a firsthand look at the behind-the-scene operations of the terrorist group. The stories of these women would also warn other women and the public in general about the *modus operandi* of the group, how to avoid being captured, and the early warning signs that signal danger of an impending attack. The voices of these women would be immense, and this calls for many questions as to why the media does not bother to include the voices of such women in their stories.

Women's voices should be heard especially in today's #MeToo Movement, where women are creating media awareness about the treatment of women in a world dominated by men. This made the Bring Back Our Girls advocacy group (dedicated to the return of the kidnapped Chibok girls) to question the military in one of their claims of rescuing 1,000 people (mainly women and children) kidnapped by the insurgents (Ukpong, 2018). The group questioned the authenticity of these rescues and requested a publication of images of the rescued people in both print and electronic media. Hearing the account of these rescued women will give credence to information put out by the military; in fact, the stories of these rescued women deserve to be heard.

Research question 4: How are the women portrayed media in reports about military operations against Boko Haram?

Table 6
Portrayal of women

	Description	Newspapers				Total	%
		Daily Trust	Premium Times	The Nation	Vanguard		
1	Kidnap victims			6	4	10	22
2	Rescued victims	2	4	3	8	17	37
3	Widows				2	2	4
4	Human shields	1			1	2	4
5	Suicide bombers	1	1		1	3	7
6	Sex slaves				1	1	2
7	Suspects		2			2	4
8	Kidnapped		2			2	4
9	Boko Haram families		1			1	2
10	Refugees		1			1	2
11	Loan beneficiaries			1		1	2
12	Victims	1	1			2	4
13	Government officials	1				1	2
14	Humanitarian efforts	1		1		2	4
						47	100

Question 4 addresses how women were portrayed in news reports about military operations against Boko Haram in the northeast of Nigeria. The significant finding shows that 59% of the women were portrayed as being kidnap victims or rescued victims from Boko Haram insurgents compared to 6% regarded as government officials or humanitarian efforts in bringing an end to the conflict. Thus, the reports present women as vulnerable and weak, who need to be protected from the horrors of the war. However, we have seen from literature that women have been involved in fighting against the insurgents and reporting about the conflict (Sunday, 2019; Idowu, 2016; Okeowo, 2015), and providing humanitarian services (Awokoya, 2019; UNICEF, 2019). Other portrayals deducible from the data present women as widows (of soldiers, Boko Haram fighters and residents in the conflict zone), human shields for Boko Haram, suicide bombers, sex slaves to Boko Haram fighters, suspected Boko Haram members, victims of kidnapping by the insurgents, or family members of Boko Haram fighters.

From the underrepresentation and misrepresentation of women observed in the images used in the reports, all the bylines and sources included in news reports lead to the portrayal of women to suit the narrative of the storytelling gender, who will present events from their own lenses. As mentioned before, Fab-Ukozor (2004) points out that media reports are unbalanced against women, with little reporting about their issues except when they are presented as models in ads. And, as the reports under study are about violence and have nothing to do with beauty or skincare, the viewpoint would be to present the female gender as a little child to protect from the horrors of war, thereby downplaying its contributions in support of the government and in bringing an end to the conflict. The main reason for the negative portrayal of women is that control of media is either by the government and media owners who are mostly men and, as such, would not be bothered about issues beyond their sphere. The portrayal of women will positively improve with more women getting involved in the reporting and also including more female sources in the reporting. In this regard, the enabling environment has to be put in place to encourage the participation of more women not only in reporting about the Boko Haram violence but also journalism in general, in order to advance women issues and put them in the spotlight positively.

Research question 5: Are there incidents involving violence (arrest, kidnapping, sexual assault, physical assault, online hate speech) against female journalists covering military operations against Boko Haram?

The findings for research question 5 did not produce any results as there were no reports of violence against any female journalist covering military operations against Boko Haram insurgents. This is because of the low number of women seen in the bylines of news reports. There were five women in total seen from the 185 news reports used for the study, with *Daily Trust* having two female journalists and the others one apiece. The low participation of Nigerian women in journalism is captured in the World Economic Forum (WEF)'s Global Gender Gap Report 2020, where Nigeria ranked 128th out of 153 countries (WEF Report, 2020). An improvement to get Nigeria into the first 100 nations should be the next benchmark. Further improvements are to be expected with reforms and laws that promote equality in the workplace and empowerment for women that will enable them to compete on the professional level with men.

CONCLUSION

There is a need for gender diversification in both the journalists covering military operations against the Boko Haram group and the sources cited in their news stories. Women have been contributing immensely to the war efforts as soldiers and aid workers in the northeast of Nigeria: some have been targets of Boko Haram attacks, and many of them

have been rescued by the military in many operations as reported by the media. It is however inadequate that none of these many women have been interviewed about their rescue when reporting about military operations. Was this exclusion deliberate or by accident? This could be a bias by journalists who are mainly male choosing not to interview women, or a lack of access to the rescued women. Either of which, the journalists have not mentioned impediments in their attempts to hear about the experiences of these rescued women. The experiences that would be recounted by these women would extoll the heroics of the military that rescued them, as well as give hope to relatives of yet-to-be-rescued women that the military will one day rescue from captivity.

The study recommends that the number of female journalists covering beats on Boko Haram, especially with regard to military operations, should be increased. Diversity is currently a global theme and can improve the journalism profession. Due to the dynamic nature of the job, there are certain areas where a female journalist will find it easier to get information, and such a blend of both genders will make a better team. In this vain, journalists should diversify their sources for news stories about military operations by including more females. This will ensure that different points of view are presented to enable a better perception of the issues under discourse and allow the government to come up with a holistic plan that addresses problems as they arise.

REFERENCES

- Ahokegh, A.F. (2012). Boko Haram: A 21st century challenge in Nigeria. *European Scientific Journal*, 8 (21), 46–55.
- Alli, C. (2001). *The Federal Republic of Nigerian Army: The siege of a nation*. Lagos: Malthouse Press Limited.
- Amobi, I. (2013). Portrayal and participation of women in Nigerian media. Retrieved from <https://profteri.wordpress.com/2013/07/27/portrayal-and-participation-of-women-in-nigerian-media/>
- Anorue, L.I., Obayi, P.M., & Onyebuchi, C.A. (2012). The Mass Media, Gender Balance and Politics in Nigeria: An Assessment. *AFRREV LALIGENS*, 1 (3), 14–35.
- Anyanwu, C. (2001) In Nigerian Newspapers, Women Are Seen, Not Heard: Even Influential Women Journalists stay away from Coverage of Women's Issues. Retrieved from <https://niemanreports.org/articles/in-nigerian-newspapers-women-are-seen-not-heard/>
- Ashong, A.C. & Batta, H. E. (2011). Gender and representation in communication education and practice in Nigeria. *J Communication*, 2(1): 13–22.

- Awokoya, A. (2019). Women at war: what is it actually like being a female reporter on the frontline? Retrieved from <https://www.gq-magazine.co.uk/article/female-war-reporters>
- Ayetoto, T. (2018). Nigeria plunges to 133rd on Gender Index as women shrink in economy, politics. Retrieved from <https://businessday.ng/exclusives/article/nigeria-plunges-to-133rd-on-gender-index-as-women-shrink-in-economy-politics/>
- Bakare, T. (2018). Tackling gender disparities as Nigeria stagnates on the Global Gender Gap table. Retrieved from <https://guardian.ng/features/tackling-gender-disparities-as-nigeria-stagnates-on-the-global-gender-gap-table/>
- Bigio, J. & Vogelstein, R. (2019). Women and terrorism: Hidden threats, forgotten partners. Council on Foreign Relations. Retrieved from <https://www.cfr.org/report/women-and-terrorism>
- Deutch, G. (2019). In the 'Year of the Woman,' many were missing from international reporting. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/international/archive/2019/02/gender-bias-persists-international-reporting-atlantic/582235/>
- Djerf-Pierre, M. (2007). The gender of journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordicom Review*, Jubilee Issue, 81-104.
- Dow, B. J. & Condit, C. M. (2005). The state of the art in feminist scholarship in communication. *Journal of Communication*, 55, 448-478.
- Enwefah, C. (2016). Gender representation in the editorial and repotorial staff of newspapers in Nigeria. *Global Journal of Human-Social Science*, 16(1), 16-21.
- Fab-Ukozor, N. T. (2004). Gender, politics and conflict resolution in Nigeria: Beyond rhetorics. In *Communication, media and conflict management in Nigeria*, edited by I. E. Nwosu and D. Wilson. Enugu: ACEE (Nigeria) & Prime Target Limited.
- Guaglione, S. (2019). Study: despite rising numbers of female journalists, men dominate news bylines. Retrieved from <https://www.mediapost.com/publications/article/332350/study-despite-rising-numbers-of-female-journalist.html>
- Hines, S. (2008) 'Feminist Theories' in Richardson, D. and Robinson, V. (eds.) *Introducing Gender and Women's Studies*, 3rd ed., Basingstoke: Palgrave Macmillan, 20-34.
- Idowu, K. (2016). Female fighters who risk their lives battling Boko Haram. Retrieved from <https://punchng.com/female-fighters-risk-lives-battling-boko-haram/>
- International Crisis Group (2016). Nigeria: Women and the Boko Haram Insurgency. Africa Report No. 242. Retrieved from <https://www.crisisgroup.org/africa/west-africa/nigeria/nigeria-women-and-boko-haram-insurgency>
- Ityavyar, D. A. (1992). *The changing socio-economic role of Tiv women*. Jos: Jos University Press Ltd.

- Jones, K.C. & Budig, M.J. (2008). Feminist Theory. In V.N. Parrillo (Ed.). Encyclopedia of social problems. Thousand Oaks: Sage
- Joyce, A. (2014). Is journalism really a male-dominated field? The numbers say yes. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/news/style/wp/2014/05/20/is-journalism-really-a-male-dominated-field-the-numbers-say-yes/>
- Kramarae, C. (1981). Women and men speaking. Rowley, MA: Newbury House Publishers.
- Matfess, H. & Warner, J. (2017). Exploding stereotypes: The unexpected operations and demographic characteristics of Boko Haram's suicide bombers. *Combating Terrorism Center*. Retrieved from <https://ctc.usma.edu/report-exploding-stereotypes-the-unexpected-operational-and-demographic-characteristics-of-boko-harams-suicide-bombers/>
- Mlambo-Ngcuka, P. & Coomaraswamy, R. (2015). Women Are the Best Weapon in the War Against Terrorism. Retrieved from <https://foreignpolicy.com/2015/02/10/women-are-the-best-weapon-in-the-war-against-terrorism/>
- Nwabueze, C. (2012) Fact or farce? Female journalists' perceptions of gender relations and underrepresentation in the Nigerian media. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 4 (2), 221-237.
- Nweke, T. (1989). *Women in Nigerian Society: The Media Women in Nigeria Today*. London: Zed Books.
- Okeowo, A. (2015). The women fighting Boko Haram. Retrieved from <https://www.newyorker.com/news/news-desk/the-women-fighting-boko-haram>
- Okoli, A.C. (2019). Boko Haram insurgency and gendered victimhood: women as corporal victims and objects of war. *Small Wars and Insurgencies*, 30(6-7), 1214-1232.
- Okon, G. B. (2013). The Niger Delta Crises and advocacy for peace by the Nigerian press: A content analysis of three Nigerian newspapers. *New Media and Mass Communication*, 1(14), 7-17.
- Okon, G. B. (2017). The Rivers state rerun election and print media content on matters arising: A performance appraisal. *Review of Communication and Media Studies*, 1(4), 1-18.
- Okunna, C.S. (2002) Gender and Communication in Nigeria: Is this the Twenty-first Century? Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/GENDER-AND-COMMUNICATION-IN-NIGERIA-%3A-IS-THIS-THE-Okunna/ea041961f8c3d3d1aa0b98e14102047ab626ef58>
- Oppenheim, M. (2019). Male journalists report majority of US news and dominate prime time TV slots. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/news/>

world/americas/male-journalists-us-media-news-tv-slots-womens-media-center-a8758916.html

- Pillay, A. (2018). Harnessing Gender Transformative Opportunities within Humanitarian Crises: A Field Note from North-east Nigeria. Retrieved from <https://www.accord.org.za/conflict-trends/harnessing-gender-transformative-opportunities-within-humanitarian-crises/>
- Ponsford, D. (2017). Study finds little change in five years as male bylines dominate UK national newspaper front pages. Retrieved from <http://www.pressgazette.co.uk/study-finds-little-change-in-five-years-as-male-bylines-dominate-uk-national-newspaper-front-pages/>
- Reporters Without Borders (2016). Daily abuses suffered by Nigeria's journalists. Retrieved from <https://rsf.org/en/news/daily-abuses-suffered-nigerias-journalists>
- Rozen, J. (2019). You cannot muzzle the media': Nigerian journalists on press freedom under Buhari. Retrieved from <https://reliefweb.int/report/nigeria/you-cannot-muzzle-media-nigerian-journalists-press-freedom-under-buhari>
- Sunday, O. (2019). The brave women fighting Boko Haram in Nigeria. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/news/2019/07/brave-women-fighting-boko-haram-nigeria-190710054934577.html>
- Ukpong, C. (2018, May 9). Boko Haram: #BringBackOurGirls group praises question over Army's claim of rescuing 1,000 people. *Premium Times*. Retrieved from <https://www.premiumtimesng.com/news/top-news/267835-boko-haram-bringbackourgirls-group-raise-s-questions-over-armys-claim-of-rescuing-1000-people.html>
- UNICEF (2019). Celebrating women humanitarians on the front lines for UNICEF. Retrieved from <https://www.unicefusa.org/stories/celebrating-women-humanitarians-front-lines-unicef/36236>
- UN Office for the Coordination of Humanitarian Affairs (OCHA) (2019). Nigeria pays tribute to women aid workers on World Humanitarian Day. Retrieved from <https://reliefweb.int/report/nigeria/nigeria-pays-tribute-women-aid-workers-world-humanitarian-day>
- West, R.L. & Turner, L.H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Women Media Center (2017). Women's Media Center Report: Women journalists report less news than men; TV gender gap most stark. Retrieved from <http://www.womensmediacenter.com/about/press/press-releases/womens-media-center-report-women-journalists-report-less-news-than-men-tv-g>

- Wood, J.T. (2005) Feminist Standpoint Theory and Muted Group Theory: Commonalities and Divergences. *Women and Language*, 28, 61-64.
- World Economic Forum (2020). Global Gender Gap Report 2020. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- York, C. (2017). Women dominate journalism schools, but newsrooms are still a different story. Retrieved from <https://www.poynter.org/business-work/2017/women-dominate-journalism-schools-but-newsrooms-are-still-a-different-story/>
- Zena, E. (2019). (Impossible) Women and Boko Haram: The Paradox of Female Support to Sharia Law. Retrieved from <https://www.e-ir.info/2019/02/17/impossible-women-and-boko-haram-the-paradox-of-female-support-to-sharia-law/>



TENDENCIAS



O USO DAS *AFFORDANCES* DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS PARA A OFERTA DE NOTÍCIAS: UMA ANÁLISE DOS APLICATIVOS DE JORNAIS LATINO-AMERICANOS

ERIVELTO AMARANTE*

Universidade Federal do Paraná
novo.eri@gmail.com

Recibido: 6/11/2020 Aceptado: 18/2/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4881>

RESUMO. Este estudo trata do uso de *affordances* dos dispositivos móveis em aplicativos de notícias. O objetivo é identificar de que forma os recursos nativos dos aparelhos são explorados pelos grupos de mídia para a oferta de conteúdo informativo e de serviços, como a previsão do tempo. Para isso, são analisados os aplicativos de todos os jornais associados ao Grupo de Diários América (GDA), entidade que reúne publicações de 11 países da região. O resultado revelou que a maioria dos veículos explora de forma residual as possibilidades propiciadas pelas *affordances* em seus aplicativos. Embora o telefone móvel seja a principal forma de acesso à internet no continente, encontramos em nossa amostra jornais sem aplicativo, o que retrata um cenário ainda desafiador frente às novas tecnologias móveis.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo móvel / dispositivos móveis / aplicativos de notícias / *affordances* / Grupo de Diários América

*Mestre em Comunicação e Política pela Universidade Federal do Paraná, Brasil (véase: <https://orcid.org/0000-0003-4158-3444>).

EL USO DE LAS *AFFORDANCES* DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA LA OFERTA DE NOTICIAS: UN ANÁLISIS DE LOS APLICATIVOS DE PERIÓDICOS LATINOAMERICANOS

RESUMEN. Este estudio trata sobre el uso de las prestaciones de los dispositivos móviles en aplicaciones de noticias. El objetivo es identificar cómo los grupos de medios explotan los recursos nativos de los dispositivos para ofrecer contenidos y servicios informativos, como la previsión meteorológica. Para ello, se analizan las solicitudes de todos los periódicos asociados al Grupo de Diarios América (GDA), organización que reúne publicaciones de once países de la región. El resultado reveló que la mayoría de los vehículos explotan las posibilidades que brindan las prestaciones en sus aplicaciones de manera residual. Si bien el teléfono móvil es la principal forma de acceso a internet en el continente, encontramos periódicos sin aplicación en nuestra muestra, lo que retrata un escenario aún desafiante de cara a las nuevas tecnologías móviles.

PALABRAS CLAVE: periodismo móvil / dispositivos móviles / aplicaciones de noticias / *affordances* / Grupo de Diarios de América

USING MOBILE DEVICE *AFFORDANCES* FOR NEWS OFFERING: AN ANALYSIS OF LATIN AMERICAN NEWSPAPER APPS

ABSTRACT. This study deals with the use of mobile device *affordances* in news applications. It aims to identify how media groups take advantage of the devices' native resources to offer informative content and services, such as the weather forecast. To that end, all the newspaper applications associated with the Grupo de Diarios América (GDA), an entity that gathers publications from 11 countries of the region, were analyzed. The result revealed that most newspapers take advantage of the potential provided by *affordances* to their applications in a residual way. Although mobile phones are the main form of Internet access in the continent, we found newspapers without an application in our sample, which portrays a still challenging scenario in the face of new mobile technologies.

KEYWORDS: mobile journalism / mobile devices / news applications / *affordances* / Grupo de Diarios América

INTRODUÇÃO

A conexão através de dispositivos móveis impactou na forma como as notícias são transmitidas ao público e no modo como esses conteúdos são produzidos nas redações. No campo do jornalismo, as rotinas de produção de notícias passaram por uma das maiores mudanças da história, sendo possível aos profissionais atualizar as notícias com informações colhidas no lugar em que os fatos acontecem. Canavilhas e Satuf (2015) destacam que até o início deste século, as fotografias e vídeos produzidos em campo demoravam para chegar nas redações. Embora já existissem equipamentos portáteis, eles não permitiam conexão à internet para a transmissão dos dados. Hoje, os dispositivos móveis não só possibilitam que o material seja captado facilmente através de câmeras integradas a estes aparelhos, como também que sejam transmitidos em tempo real por meio de uma rede sem fio.

O acesso através de dispositivos móveis permite que a navegação na rede possa ser possível a partir de praticamente qualquer lugar. Somado a isso, *smartphones* e *tablets* propiciam um desapego cada vez maior dos limites impostos pelas tecnologias fixas, centradas em grandes equipamentos e cabos de telefonia, como era comum até o final do século 20. Canavilhas e Fidalgo (2009) lembram que era uma internet de obstáculos devido a restrições impostas pela conexão. “São os celulares que verdadeiramente trazem a liberdade de movimentos no acesso à internet” (p. 103).

O paradigma da mobilidade também trouxe transformações no modo como o público consome as notícias. Mais do que isso, os acontecimentos passam a poder ser registrados pelos usuários. Goggin (2020) ressalta que as potencialidades de produção de conteúdo pelo público aumentaram, permitindo enriquecer a narrativa jornalística, ampliando o alcance da redação e aproximando a notícia da noção de ubiquidade. Nessa perspectiva, as mudanças ocorridas no jornalismo permitiram dar mais protagonismo à audiência. As formas de participação do usuário na construção da notícia passam tanto pela colaboração através da publicação em blogues e contas em redes sociais, como também por meio do envio de material para as redações diretamente através do dispositivo móvel.

Salaverría (2016) lembra que a convergência no jornalismo é um processo provocado pela implantação de tecnologias digitais que ocorre em várias dimensões, incluindo o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial. Sobre a ubiquidade na profissão, o autor define o fenômeno como aquele “que estará ao alcance das pessoas em todo momento e lugar, e se adaptará automaticamente a seus interesses e necessidades” (p. 259). Nesse sentido, “tanto o consumo como a produção de conteúdos jornalísticos se realizará num sistema interconectado de dispositivos que permitirá uma comunicação cada vez mais corpórea com a informação – através da voz, dos gestos, do movimento dos olhos ou, quem sabe, pelo poder da mente” (p. 260).

Na era dos dispositivos móveis, os usuários usam aplicativos de notícias para consumir informação. Essas aplicações oferecem aos utilizadores serviços de *push news* ou recebimento de alertas noticiosas por meio de notificações enviadas sem o requerimento imediato do usuário. Fidalgo (2009) enfatiza que a tecnologia *push* é uma das principais características que distingue a oferta de notícias no telefone celular de outros meios, uma vez que o smartphone está ligado 24 horas por dia e ao longo desse período pode receber informações através de um recurso nativo inserido em rotinas de sistemas operacionais, tais como iOS e Android. No *browser* as notificações são mais restritas, limitando-se ao próprio navegador.

A essência da tecnologia por trás das *push news* reside na possibilidade de inserção de *affordances*, ou seja, de rotinas computacionais nativas, incorporadas às narrativas jornalísticas. Para Silveira, as *affordances* “é a potência, é uma pré-condição do sistema/objeto para a atividade”, ou seja, a sua existência “não obriga que a ação que ela presuppõe seja efetuada, mas a potência dela ocorrer está ali” (2019, p. 64).

Fidalgo (2009) lembra que a construção e difusão da notícia para os dispositivos móveis é possível a partir de um trabalho em equipe que conjuga diversas habilidades. Além de jornalistas, a atuação de programadores e designers é essencial. Assim, num esforço interdisciplinar, esses profissionais são capazes de explorar as funcionalidades e as características técnicas que podem ser percebidas, acionadas e disponibilizadas para a interação com a narrativa jornalística nos aplicativos. O autor chama atenção para o fato de que as notificações de notícias propiciadas pela tecnologia *push* podem servir como um filtro entre o que são consideradas *hard news*, ou notícias importantes, e o que são consideradas informações superficiais ou sem relevância.

Pavlik (2020) ressalta que ao fazer uso desses alertas, o jornalismo atua não apenas para chamar atenção da audiência, mas também como construtor de acontecimentos mediáticos dentro de um campo personalizado, individualizado e seletivo em que o público está inserido. A contínua atualização por meio de notificações possui ainda uma função de agendamento do espaço público (Habermas, 2016) com vistas à compreensão do jornalismo enquanto instância favorecedora de uma ética discursiva. Esse espaço comum muitas vezes é criado para validar e legitimar “vontades” do público que podem ser confundidos com “consensos fabricados” para obedecer a interesses institucionais dos meios de comunicação.

Para Habermas (2016), os meios de comunicação de massa atuam como uma fonte de poder diante da sua audiência. Esse poder está relacionado com a tecnologia da informação dos *media* e o modo como os profissionais de imprensa selecionam e processam o conteúdo que consideram relevante. Esse processo implica na interferência da formação das opiniões públicas e da distribuição do que ele considera como “interesses influentes”. O autor alemão complementa sua ideia ao afirmar que “a utilização do poder

dos *media* manifesta-se na escolha da informação e do formato, na forma e no estilo dos programas e nos efeitos de sua difusão – através de mecanismos como *agenda setting*, *priming* e enquadramento das questões” (2016, p. 17).

JORNALISMO MÓVEL

O jornalismo digital já passou por vários processos evolutivos. Mielkniczuk e Barbosa (2005) dividem essas mudanças em três gerações. A primeira apresenta um webjornalismo centrado na migração de conteúdos do jornal impresso para a internet sem um tratamento específico para as notícias; na segunda geração, que acontece no final da década de 1990, existe uma busca de exploração da linguagem própria para o novo ambiente; já a terceira geração, traz novos recursos para a prática do jornalismo, focado na oferta de recursos multimídias e outros elementos audiovisuais para a construção de uma nova narrativa.

Entre as novas tendências na linha de evolução do jornalismo para além do formato impresso, Silva (2013) aponta a existência de uma quarta geração, na qual o jornalismo toma as bases de dados como fonte para a narrativa. Existe, no entanto, uma quinta geração que, por sua vez, contextualiza melhor o objeto deste estudo. Palacios e Cunha (2012) definem esse novo momento do jornalismo tendo como perspectiva as plataformas móveis, que se apropriam de todas as características evolutivas das anteriores acrescentando novos elementos, como a portabilidade, a mobilidade de produção e o consumo como novas formas de interagir em termo de interface. Assim, novos paradigmas de estudo e análise surgiram, a começar pela adoção do termo jornalismo móvel, descrito por Silva como a utilização de tecnologias móveis digitais e de conexões de redes sem fio “na prática jornalística contemporânea visando ao desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos do campo ou de transmissão ao vivo” (2015, p.90).

No lado do jornalista, as tecnologias móveis trouxeram mudanças significativas em seu trabalho de campo. Westlund, define os jornalistas móveis (MoJos) como aqueles profissionais que “usam dispositivos móveis (extensivamente) em suas reportagens” (2012, p. 16). Com o advento dos *smartphones* e *tablets* e com a consolidação da conexão sem fio via 4G e 5G, os jornalistas passam a ter a possibilidade de atualizar os fatos apurados no lugar em que eles acontecem, podendo enviar imagens em alta resolução e fazer entradas ao vivo em vídeo. Moretzsohn (2002) ressalta que com a possibilidade de atualização contínua e sob a pressão do fetiche da velocidade o profissional da notícia se vê obrigado a adotar novas práticas de apuração e produção do conteúdo. Os dispositivos móveis também são úteis para a busca de informação. Bivens (2008) ressalta que os jornalistas têm o poder de verificar instantaneamente declarações e fatos anteriores ao entrevistar um político.

Com maior ou menor grau, a realidade é que a evolução do jornalismo móvel não tem acompanhado o mesmo ritmo do crescente número de usuários que navegam por celulares e *tablets*. Isso é perceptível não apenas na produção, mas também na difusão e recepção. Os indicadores recolhidos por Canavilhas e Santana (2011) apontam para uma lenta adaptação aos novos formatos. Para os autores, aquilo que se verificou nos primeiros anos do jornalismo digital, isto é, uma implementação e evolução rápidas de conteúdos do papel para a versão online, não se repete neste novo cenário de convergência. Segundo eles, uma das razões para o crescimento tímido nos primeiros anos do jornalismo móvel se deve a crise econômica que se seguiu a partir de 2008, o que enfraqueceu os investimentos das empresas de comunicação.

O Relatório de Notícias Digitais 2020¹, produzido pelo Instituto Reuters em parceria com a Universidade Oxford, é considerado um dos principais estudos mundiais sobre jornalismo e novas tecnologias. Ao todo, mais de 80 mil pessoas foram entrevistadas em 40 países, abrangendo todos os continentes. Na América Latina, quatro países participaram da pesquisa: Argentina, Brasil, Chile e México. Conforme ilustra o Gráfico 1, a maioria dos usuários consomem notícias através do *smartphone*, com média de 80%, seguido do computador, com 33%, e tablet, com 10%. Os índices demonstram equilíbrio entre os países, mas o Brasil foi o que menos registrou preferência pelo consumo de notícias via celular, tendência mais fortemente captada no Chile.

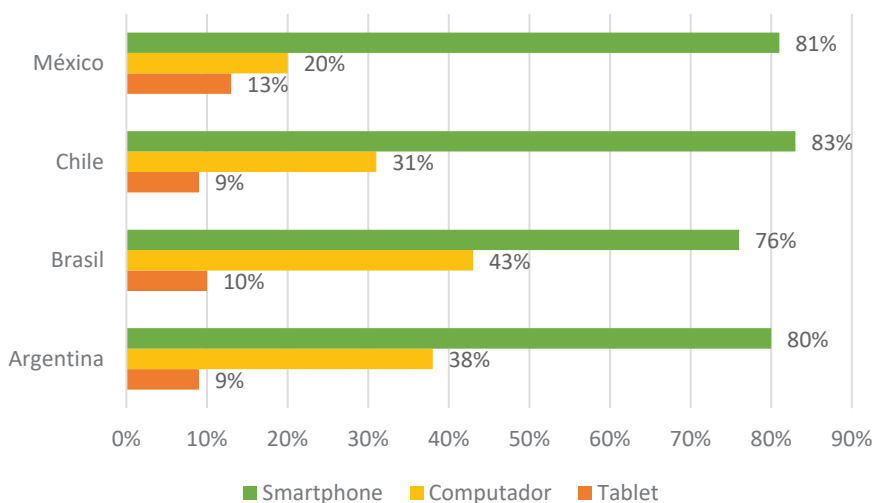


Figura 1. Consumo de notícias por tipo de dispositivo

Fonte: Instituto Reuters/Universidade Oxford (2020)

1 Disponível em www.digitalnewsreport.org/. Acesso em 15 fev. 2021.

AS AFFORDANCES NA PALMA DA MÃO

Ao analisar as modificações tecnológicas nos meios de comunicação é comum uma tendência de associação das características nativas da tecnologia à indução de inovações, principalmente quando esses recursos conseguem oferecer novas soluções nas maneiras de utilização dos objetos aplicados ao jornalismo. Nesse sentido, o uso da tecnologia *push* para notificações de notícias apresenta novas implicações aos quais a linguagem e os processos jornalísticos são submetidos considerando as limitações, características e potencialidades desse novo mecanismo inserido nas empresas jornalísticas. “No que diz respeito mais especificamente a inovações no jornalismo, os estudos recentes têm associado de maneira consistente e recorrente a inovação à tecnologia” (Palacios, et al, 2015, p. 14).

Um dos conceitos centrais deste trabalho está relacionado ao termo *affordance* no sentido de sua aplicação ao acionamento de funcionalidades nativas aos dispositivos móveis conectados. Contudo, essa expressão foi cunhada pela primeira vez pelo psicólogo James J. Gibson, em 1989, e depois introduzida em estudos relacionados a interação entre homem e máquina por William Gaver, Donald Norman, entre outros. Para este estudo, nos interessa o quadro referencial de Gaver (1991, p. 80), que divide as informações perceptíveis de determinado objeto. Dos três tipos descritos na Tabela 1, vamos considerar em nossa análise apenas as *affordances* visíveis.

Tabela 1
Tipos de Affordances

Tipo	Definição
Affordance falsa	O recurso é identificado pelo usuário, mas não tem nenhuma função prática
Affordance oculta	Existem possibilidades de ação, mas estas não são percebidas pelo utilizador
Affordance visível	Há informações disponíveis de modo que o usuário perceba e possa utilizar o recurso

Fonte: Gaver (1991)

No campo do jornalismo, as *affordances* dos dispositivos móveis podem ser aplicadas às narrativas, produção e difusão de notícias. Martin Kaplan (2009) ressalta que as *push news* são usadas pelos seletores de notícias para chamar a atenção da audiência para fatos que nem sempre os interessam. Ele lembra que embora o envio de alertas noticiosos não seja novidade, sendo feito através de e-mails desde a década de 1990, os

meios de comunicação não se preocuparam em oferecer uma seleção de conteúdo mais autônoma. Nessa perspectiva, se aplica a tradução literal de “empurrar” as notícias.

A tecnologia dos telefones celulares e *tablets* atuais permite saber a localização do usuário através de sistema de posicionamento global, mais conhecido pela sigla GPS (em inglês global positioning system), integrado aos equipamentos ou também por meio de torres de celulares ou redes Wi-Fi. Esse recurso é considerado outra *affordance* dos aparelhos móveis e permite a oferta de notícias e serviços de utilidade pública baseados na exata localização do utilizador. Luna e Fante explicam que o mecanismo é ativado a partir do “acionamento do sensor já presente no dispositivo móvel e seu uso atua em favor da distribuição de notícias” (2016, p. 179). No caso dos aplicativos, os veículos de imprensa podem identificar de que lugar o usuário está acessando e oferecer uma seleção dos acontecimentos daquela localidade ou região. Também é possível personalizar a previsão do tempo e as condições do trânsito a partir do acionamento desse recurso.

Os dispositivos móveis atuais possuem também recursos multimídia integrados aos aparelhos, como é o caso de câmeras que podem ser usadas para fotos e vídeos, além da possibilidade da gravação de áudio. Nesse sentido, os veículos de imprensa podem usar dessas características para permitir que o público possa participar ativamente do processo de construção da notícia, enviando imagens, denúncias e estimulando pautas de seu interesse ou repercutindo e colaborando com informações já previamente divulgadas. Portanto, a partir de um aparelho móvel o usuário conectado dispõe de uma série de recursos que podem contribuir com o trabalho dos jornalistas e com a narrativa dos fatos, bastando aos veículos de imprensa permitirem o acionamento desses recursos em seus aplicativos.

Por fim, um outro diferencial dos dispositivos móveis reside no fato de geralmente serem usados por apenas uma pessoa, o que permite a personalização aos usuários. Um fato que reforça a ideia de que esses aparelhos pertencem a somente um indivíduo pode ser verificado através do funcionamento dos dois principais sistemas operacionais. Enquanto o Android requer a criação de uma conta da Google, o iOS está associado ao “iCloud” (serviço de armazenamento virtual de arquivos da Apple). O uso individual é outra característica distinta dos dispositivos móveis. No caso dos aplicativos de notícias, este contexto pode ser usado para que os usuários possam filtrar o conteúdo de seu interesse, salvando informações para leitura *offline*, selecionando os assuntos e editoriais e montando a sua própria “*playlist*” de acontecimentos. Nessa perspectiva, as *affordances* permitem que os utilizadores de celulares e *tablets* montem as suas próprias seleções com os fatos que jugam mais relevantes.

METODOLOGIA

De acordo com relatório da GSMA², principal entidade de operadoras de telefonia móvel no mundo, divulgado em 2020, a América Latina possuía 427 milhões de celulares conectados à internet em 2018, o que representa 67% da população da região. A previsão das operadoras é que até 2025 esse universo chegue a 87%. Diante de um contexto cada vez mais conectado, nosso objetivo é entender como o jornalismo está se apropriando dos recursos que as *affordances* dos dispositivos móveis permitem.

A nossa primeira hipótese (H1) é de que os aplicativos de notícias dos 11 jornais analisados não exploram todo o potencial das *affordances* para a oferta de conteúdo aos usuários. Além disso, a nossa segunda hipótese (H2) acredita que, apesar do crescente número de ferramentas e dos avanços propiciados pelas novas tecnologias, os veículos de comunicação continuam a desprezar o papel ativo da audiência por meio de recursos de interatividade e personalização do usuário, mantendo o mesmo pacto de leitura dos jornais impressos.

Para a operacionalização da pesquisa, utilizamos como metodologia a análise quantitativa de conteúdo proposta por Bardin (2010) que orienta que todo material coletado seja considerado. A autora também propõe a categorização como forma de operacionalizar os resultados da pesquisa a partir da crença de que esse modelo “não introduz desvios (por excesso ou por recusa) no material, mas que dá a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados em bruto” (Bardin, 2010, p. 147). Para este estudo, as categorias serão construídas considerando as *affordances* visíveis dos dispositivos móveis, como o envio de notificações e o acionamento de serviços de geolocalização.

Como o nosso objetivo é analisar os aplicativos de notícias na América Latina, utilizamos como critério para seleção do corpus todos os membros do Grupo de Diários América (GDA), entidade que reúne 11 jornais da região de diferentes países, em setembro de 2020. São eles: *La Nación* (Argentina), *O Globo* (Brasil), *El Mercurio* (Chile), *El Tiempo* (Colômbia), *La Nación* (Costa Rica), *El Universal* (México), *El Comercio* (Peru), *El Nuevo Día* (Porto Rico), *El País* (Uruguai), *El Nacional* (Venezuela) e *La Prensa Gráfica* (El Salvador). Desses, o único título que não é editado em espanhol é o jornal brasileiro.

Para a coleta, optamos por considerar apenas a loja de aplicativos do Android. De acordo com o ranking de 2020 da StatCounter³, este é o sistema operacional mais utilizado no mundo, estando presente em quase 75% dos dispositivos móveis. Na América do Sul, região que concentra sete dos 11 jornais analisados, esse percentual é ainda maior, chegando a 88% dos aparelhos. Optamos pelo recorte semanal por se tratar do mesmo

2 Disponível em <https://www.gsma.com/mobileeconomy/latam/>. Acesso em 15 fev. 2021.

3 Disponível em <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide>. Acesso em 15 fev. 2021.

período de referência usado pela *Reuters Institute* para o Relatório de Notícias Digitais, acima citado. Deste modo, os aplicativos aqui analisados foram monitorados entre 21 e 27 de setembro de 2020. Isto posto, apresentamos a seguir os resultados da pesquisa empírica e a discussão dos dados.

RESULTADOS

A primeira categoria verificou o número de downloads que cada aplicativo possui na Google Play, loja do sistema Android. O objetivo é verificar se existe uma assimetria entre eles considerando a dimensão de cada país. O **Gráfico 2** mostra da esquerda para a direita os jornais que possuem a maior quantidade de usuários. Esse número foi obtido na própria Google Play, que disponibiliza a informação aproximada, não o número exato, e dividindo por faixas de downloads efetuados: 1 mil, 10 mil, 50 mil, 100 mil, 500 mil e 1 milhão. O dado contempla o total de vezes que o aplicativo foi baixado, o que não quer dizer que necessariamente ele esteja ativo no aparelho. Ainda assim, é um indicador importante para medir o interesse pelo serviço.

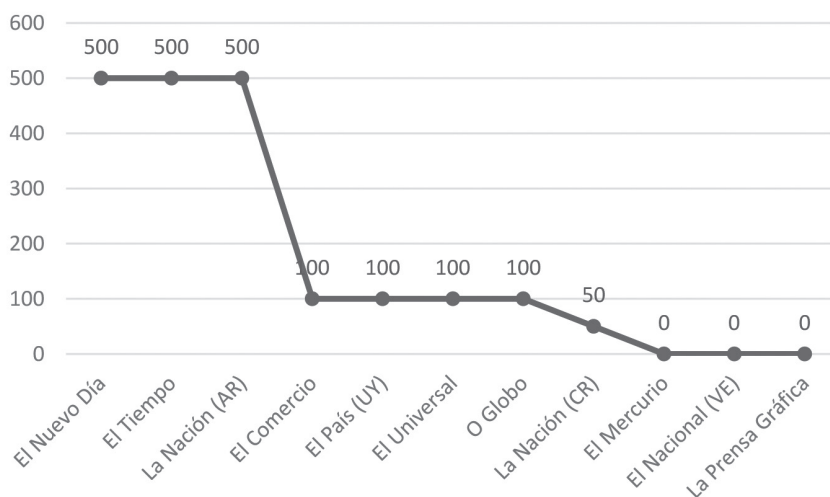


Figura 2. Aplicativos por nº de mil downloads

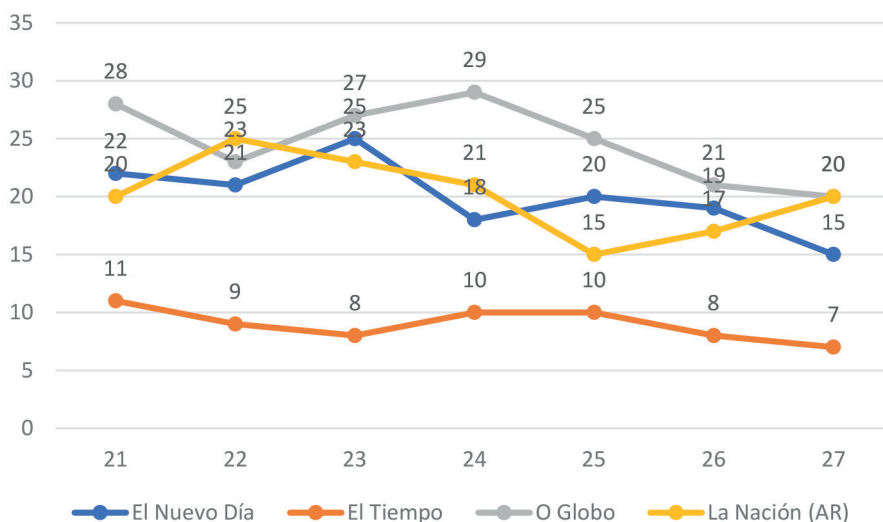
Fonte: Google Play (21/09/2020).

Elaboração própria

Apenas três jornais analisados apareciam entre os aplicativos com mais de 500 mil downloads na Google Play em 21 de setembro de 2020, dia em que a coleta desse

dados foi efetuada. São eles: *El Nuevo Día*, de Porto Rico; *El Tiempo*, da Colômbia; e *La Nación*, da Argentina. Embora os dois últimos estejam no grupo dos maiores países da América Latina, com mais de 40 milhões de habitantes, chama atenção o fato de Porto Rico, um dos menores da região (com menos de 4 milhões de habitantes) despontar entre os primeiros. Uma das explicações pode estar no fato da ilha caribenha ser um Estado associado aos Estados Unidos, país que concentra uma grande quantidade de imigrantes hispânicos. Além disso, em 2003 o jornal passou a circular no estado da Flórida, servindo como uma das principais fontes de informação aos imigrantes.

Por outro lado, o jornal *O Globo*, representante do Brasil, o maior país da América Latina (com mais de 210 milhões de habitantes), aparece apenas com 100 mil downloads. Neste grupo, estão outros três diários: *El Comercio*, do Peru; *El País*, do Uruguai; e *El Universal*, do México. O *La Nación*, da Costa Rica, contabilizou 50 mil downloads. Optamos por mencionar os jornais onde os aplicativos não foram encontrados, pois a ausência também é simbólica. Neste caso, três jornais zeraram nesta categoria: *El Mercurio*, do Chile; *El Nacional*, da Venezuela; e *La Prensa Gráfica*, de El Salvador. O caso da Venezuela é ainda mais crítico, pois não foi possível encontrar nenhum outro jornal concorrente em nossa busca, diminuindo as fontes de informação no ambiente que concentra a maior quantidade de usuários conectados. Contudo, todos os jornais sem aplicativos oferecem *design* responsivo, o que permite uma melhor experiência de navegação em diferentes tipos de tela, como no *smartphone*.



Nota: Coleta entre 21 e 27 de setembro de 2020.

Gráfico 3 – Total de *push news* por jornal

Elaboração própria.

A segunda categoria mapeou, exclusivamente, o envio de *push news*, uma das *affordances* dos dispositivos móveis. Dos oito jornais com aplicativos, metade deles não enviou nenhuma notificação entre os dias 21 e 27 de setembro. São eles: *El Comercio*, *El País*, *El Universal* e *La Nación*. Por sua vez, os jornais *El Nuevo Dia*, *El Tiempo*, *O Globo* e *La Nación* enviaram uma grande quantidade de notificações durante a semana analisada. O **Gráfico 3** mostra a proporção de *push news* enviada pelos quatro jornais durante os dias da coleta. Nenhum deles pediu a aprovação dos utilizadores para enviar os alertas, que passaram a ser disparados minutos após o aplicativo ser instalado no aparelho.

O jornal que disparou a maior quantidade de notificações foi *O Globo*, com uma média de 24,7% de alertas por dia, um por hora. A maior parte das notícias tratavam de assuntos internos do Brasil, especialmente envolvendo a política, a economia e a pandemia da covid-19. O segundo jornal que mais disparou *push news* foi o porto-riquenho *El Nuevo Dia*, com uma média de 20 notificações por dia, uma para cada 80 minutos. Neste caso, a maior parte das notícias envolviam o governo do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e repercutiam os efeitos da pandemia na economia e no turismo local. Observou-se poucos alertas com informações domésticas, o que evidencia que o jornal prioriza questões mais regionais, que impactam na vida dos imigrantes hispânicos. A maior parte dos alertas traziam textos com fotos, ao contrário de *O Globo*, que constava apenas o título.

O terceiro jornal que mais enviou alertas aos usuários foi o argentino *La Nación*, com uma média de 14,8% de notificações diárias. A maior parte das notícias eram sobre assuntos internos do país sul-americano, com destaque para informações políticas, econômicas e sobre a covid-19. Em último lugar aparece o diário colombiano *El Tiempo*, com uma média de apenas oito *push news* por dia. Percebe-se um equilíbrio entre os assuntos domésticos e internacionais. Quase todos os alertas vieram acompanhados de fotos, ao contrário do título argentino. Uma semelhança observada nos quatro jornais é uma diminuição no número de notificação durante o fim de semana. Os dias com mais envios são entre quarta e sexta-feira. Considerando os quatro veículos, a média geral foi de 16,8 disparos por dia.

A terceira e última categoria trata especificamente das *affordances* encontradas em todos os aplicativos de jornais analisados. Neste caso, apenas consideramos aquelas que podem ser reconhecidas e acionadas pelos usuários, portanto as *affordances* visíveis. A Tabela 2 detalha as características encontradas em cada título da nossa amostra. Em relação ao envio de alertas, nenhum dos quatro aplicativos que disponibilizam a função sem o requerimento do utilizador permite escolher quais assuntos ele deseja receber. Por sua vez, o *La Nación*, da Costa Rica, é o único que só envia os alertas se o usuário aceitar. Além disso, também permite filtrar as editorias de seu interesse, para que só determinadas notícias sejam notificadas. Os outros jornais da lista não enviam *push news*.

Tabela 2
Affordances visíveis

Jornal	Push	Login	Custom	GPS	Upload
<i>El Comercio</i>	-	X	X	-	-
<i>El Nuevo Día</i>	X	X	X	X	-
<i>El País</i> (UY)	-	X	-	-	-
<i>El Tiempo</i>	X	X	X	-	-
<i>El Universal</i>	-	X	X	-	-
<i>La Nación</i> (AR)	X	X	X	-	-
<i>La Nación</i> (CR)	X	X	-	-	-
O Globo	X	X	X	-	-

Nota: Coleta entre 21 e 27 de setembro de 2020.

Elaboração própria.

Todos os oito aplicativos analisados ofereciam a opção para o usuário efetuar o login de acesso. A maior parte deles também permitia entrar utilizando uma rede social digital. No entanto, nenhum deles condicionou a navegação na plataforma ao login, embora a maioria disponibilize na tela de entrada essa opção, como é o caso do *El Nuevo Día* e do *O Globo*. Como vimos, o uso individual é uma característica distinta dos dispositivos móveis. Ao identificar os utilizadores, os serviços podem oferecer recursos personalizados, tanto em relação ao conteúdo como também em publicidade. Além disso, é possível fazer a coleta de dados pessoais para fins comerciais, o que implica questões sobre a preservação da privacidade. A Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil (LGPD), Lei 13.709/2018, determina que todo e qualquer dado pessoal coletado deve ser feito de forma consentida. No caso de *O Globo*, ao efetuar o login não é informado para que fim os dados serão utilizados.

Entre os recursos de personalização, o *El Comercio* permite favoritar as notícias de maior interesse e mudar a cor da tela para o modo escuro. O argentino *La Nación* disponibiliza a função para aumentar o tamanho da letra. No entanto, nenhum deles permite filtrar o conteúdo ou selecionar as notícias que deseja ou não ver na tela inicial. O uso do GPS, uma das principais *affordances* dos dispositivos móveis também é quase ignorado pelos jornais. Apenas o *El Nuevo Día* utiliza a ferramenta. Apesar dos aparelhos permitirem o registro e o envio de material para as redações, como fotos e vídeos, nenhum aplicativo conta com uma seção que permite o utilizador fazer o upload de conteúdo. De modo geral, os recursos analisados nessa categoria foram ignorados ou ofertados com limitações.

DISCUSSÃO

O resultado da pesquisa indica um caminho ainda desafiador em relação ao uso das *affordances* dos dispositivos móveis. Apesar dessas características permitirem uma série de recursos que podem aprimorar o consumo noticioso por parte dos utilizadores, como é o caso do GPS integrado e da personalização de conteúdo, a maior parte dos aplicativos analisados não exploram tais potencialidades. Portanto, prevalece uma lógica de cima para baixo, onde quem decide o que e como deve ser consumido pelo público são os próprios programadores e jornalistas dentro das redações. Nesse sentido, o jornalismo móvel pouco evoluiu em relação ao jornalismo impresso quanto a possibilidade de dar autonomia ao público. Além disso, a falta de recursos dos aplicativos não propicia a participação ativa da audiência mesmo com as oportunidades aqui mencionadas que as novas tecnologias permitem.

A nossa primeira hipótese (H1) era de que os aplicativos dos 11 jornais analisados não explorariam todo o potencial das *affordances* para a oferta de conteúdo aos usuários. De fato, essa expectativa se confirmou. Quase todos os serviços não permitem identificar através do GPS, integrado aos aparelhos, a localização exata do usuário. A partir dessa informação, desde que com o consentimento do utilizador, é possível oferecer notícias e serviços personalizados. Em relação ao envio de notificações, observamos o uso intrusivo da ferramenta. Neste caso, as *push news* são literalmente empurradas dentro das redações aos usuários. Apesar disso, é possível optar por não receber os alertas diretamente pelo sistema operacional Android. Entretanto, essa opção poderia estar presente nas configurações da própria plataforma.

Para Rublescki (2011), estamos na presença de um midiático líquido em alternância nos papéis de emissor e receptor da informação. Na visão do autor, a audiência antes estática tornou-se uma espécie de “prossumidor” onde o “consumidor que gera conteúdo” (p 12). Apesar disso, a nossa segunda hipótese (H2) considerava que os jornais analisados desprezariam os recursos de interatividade e personalização que permitiriam aos usuários mais autonomia e colaboração, o que se confirmou. Os aplicativos não consideraram o papel ativo da audiência. As empresas de mídia latino-americanas estudadas continuam a dominar praticamente todas as etapas de produção e difusão de notícias, mesmo quando existe a possibilidade técnica de o público ter mais e, também, ser considerado.

O objetivo da pesquisa foi identificar quais os recursos são oferecidos aos usuários de aplicativos de notícias considerando as *affordances* dos dispositivos móveis. Nesse sentido, utilizamos como metodologia a análise de conteúdo quantitativa. Não obstante, existem outras abordagens possíveis, como a análise qualitativa e a aplicação de *surveys* com jornalistas e usuários. Também encontramos limitações. Outros aplicativos poderiam ser analisados e uma amostra mais robusta evitaria desvios em decorrência de

um fato gerar mais notícias no período. No entanto, entendemos que o essencial foi contemplado considerando nossos objetivos e hipóteses. Nosso foco não foi o consumo de notícias nas redes sociais, mas a análise dos “Instant Articles” do Facebook também seria oportuna, assim como verificar se os algoritmos de IA e *machine learning* podem (ou não) se tornarem alternativas válidas para novas *affordances* nos *apps* de jornalismo. Essas contribuições poderão ser consideradas em trabalhos futuros.

REFERENCIAS

- Bardin, L. (2010) *Análise de conteúdo* (4.ª ed.). Lisboa: Edições 70
- Bivens, R. K. (2008). The Internet, mobile phones and blogging: How new media are transforming traditional journalism. *Journalism Practice*, 2(1), 113-129.
- Canavilhas, J., & Fidalgo, A. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In: Rodrigues, C. (ed.). *Jornalismo Online: modos de fazer*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Sulinas.
- Canavilhas, J., & de Santana, D. C. (2016). *Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação*, (28), pp. 53-66. Líbero.
- Fidalgo, A. (2009). Pushed News: When the news comes to the cellphone. *Brazilian Journalism Research*, 5(2), 113-124.
- Gaver, W. W. (1991, March). Technology affordances. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (pp. 79-84).
- Goggin, G. (2020). Digital Journalism after Mobility. *Digital Journalism*, 8(1), pp. 170-173.
- Habermas, J. (2016). *Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica*. (21), pp. 9-21. Líbero. Luna, D., & Fante, A. (2016). O fato jornalístico narrado por meio de notificações: um olhar sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade na produção das pushed news. Em Canavilhas, J. e Rodrigues, C. (orgs.). *Jornalismo móvel: linguagem, gênero e modelos de negócios* (pp. 175-196). Covilhã: LabCom,
- Mielkniczuk, L., & Barbosa, S. (2005). Digital journalism: democratizing social memory. *Brazilian Journalism Research*, 1(2), 65-80.
- Moretzsohn, S. (2002). *Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Editora Revan.
- Palacios, M. S., & Cunha, R. (2012). A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Contemporânea*, 10(3), 668-685.

- Palacios, M., Barbosa, S., Silva, F. F., & Cunha, R. (2015). Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. Em Canavilhas, J. e Satuf, I. (orgs.). *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 7-42). Covilhã: Livros LabCom.
- Pavlik, J. V. (2020). *Ciberjornalismo: muito mais do que notícias no formato digital*. Esferas, (17).
- Rublescki, A. S. (2011). *Jornalismo líquido: mediação multinível e notícias em fluxos*. (Tese de Doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Nuevo libro.
- Silva, F.F. (2013). *Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo*. (Tese de Doutorado) Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.
- Silva, F. F. (2015). *Jornalismo móvel*. Salvador: Edufba.
- Westlund, O. (2013). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital journalism*, 1(1), 6-26.

DISCURSOS DE PRECONCEITO DE GÊNERO EM PUBLICAÇÕES DA MÍDIA E SUA RELAÇÃO COM A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA EX-PRESIDENTE DO BRASIL DILMA ROUSSEFF

ROSIANE ALVES PALACIOS*

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
rosiane.palacios@edu.pucrs.br

CAROLINA FREDDO FLECK**

Universidade Federal do Pampa
carolinafleck@unipampa.edu.br

MÁRCIA VANESSAH PACHECO ABBONDANZA***

Universidade Federal do Pampa
marciaabbondanza.aluno@unipampa.edu.br

Recibido: 21/10/2020 Aceptado: 25/2/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4887>

RESUMO. Esse estudo traçou argumento interligando os conceitos Teto de Vidro e Legitimidade de Poder de Max Weber, a partir da análise de textos e reportagens eletrônicas sobre a ex-presidente Dilma Rousseff. Objetivou analisar possíveis indicações de preconceito de gênero presentes nos textos, sua relação com a construção da imagem da ex-presidente e a possibilidade de vigência de legitimidade de poder nos seus mandatos. O método foi a investigação narrativa com análise de documentos e de discurso. A associação dos pressupostos teóricos trouxe elementos para a análise das nuances do poder,

* Mestranda em Administração na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil (<https://orcid.org/0000-0002-7588-6358>).

** Doutora em Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil (<https://orcid.org/0000-0002-1595-0100>).

*** Mestranda em Administração na Universidade Federal do Pampa, Brasil (<https://orcid.org/0000-0003-2812-6038>)

levando-se em conta o gênero e o entendimento do papel do preconceito de gênero em publicações da mídia que, por noticiar textos com foco em características sexistas, participou da construção da imagem da ex-presidente.

PALAVRAS-CHAVE: Dilma Rousseff / poder / gênero / mídia / política

DISCURSOS DE PREJUICIO DE GÉNERO EN PUBLICACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LA EXPRESIDENTA DEL BRASIL DILMA ROUSSEFF

RESUMEN. Este estudio relaciona el techo de cristal y la legitimidad del poder de Max Weber a partir del análisis de textos de periódicos sobre la expresidenta Dilma Rousseff. Su objetivo fue analizar los posibles indicios de sesgo de género presentes en los textos, su relación con la construcción de la imagen de la expresidenta y la posibilidad de legitimidad del poder en sus mandatos. El método elegido fue la investigación narrativa con análisis de documentos y discursos. La asociación de supuestos teóricos aportó elementos al análisis de los matices del poder si se tiene en cuenta el género y la comprensión del papel del sesgo de género en las publicaciones de los medios de comunicación que, al informar sobre textos centrados en características sexistas, participaron en la construcción de la imagen de la expresidenta.

PALABRAS CLAVE: Dilma Rousseff / poder / género / medios de comunicación / política

GENDER PREJUDICE SPEECHES IN MEDIA PUBLICATIONS AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE IMAGE-BUILDING OF FORMER PRESIDENT OF BRAZIL DILMA ROUSSEFF

ABSTRACT. This study formulated an argument linking glass ceiling to Max Weber's legitimacy of power based on newspaper reports about former President Dilma Rousseff. It aimed to analyze possible signs of gender bias in such reports, their connection with the former president's image-building, and the possibility of legitimacy of power in her term of office. The selected method was narrative research with document and speech analysis. The association of theoretical issues provided elements to analyze the nuances of power when considering gender and the role of gender bias in media publications focused on sexism, which influenced the image-building of the former Brazilian president.

KEYWORDS: Dilma Rousseff / power / gender / media / policy

INTRODUÇÃO

O poder é intrínseco à política e aos cargos de representação pública (Bergue, 2010). Embora envolva vários fatores, os indivíduos que detêm certo grau de poder devem assegurar, a fim de mantê-lo, certo nível de legitimação (Weber, 2012), o que significa ser visto pela sociedade como alguém capaz de representá-la e com aptidão para trabalhar em prol do país, estado ou município. Além disso, um líder legitimado, do ponto de vista sociológico, também irá apresentar atributos que variam conforme localização, modelo econômico, cultura, entre outros aspectos.

Neste contexto, apesar de já exercerem cargos em que podem desempenhar a figura do indivíduo que detém o poder, as mulheres ainda enfrentam dificuldades no processo de legitimação deste, uma vez que o acesso aos cargos/espços públicos ainda é restrito para elas. Existem empecilhos, muitas vezes sutis, que são suficientes para inibir o curso do desenvolvimento de poder e ascensão de mulheres à cargos/espços de liderança. Um fenômeno conhecido como Teto de Vidro (Steil, 1997) e que, conforme Kroeber *et al.* (2019) e Biroli (2016, 2017), as afeta individual e coletivamente, visto que, com menor presença, a capacidade feminina de influenciar e transformar a política se vê diminuída.

Na maioria das democracias da atualidade, a distribuição é desproporcional no poder político (Folke e Rickne, 2016). Mundialmente, as mulheres representam somente 25% dos deputados eleitos (UN Women; Inter-Parliamentary Union, 2020). No ranking de participação das mulheres na política (composto por 193 países), o Brasil figura no 140º lugar (UN Women; Inter-Parliamentary Union, 2020). Mesmo com a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece cotas para candidaturas de mulheres em todos os pleitos eleitorais, os números de brasileiras eleitas vêm caindo, principalmente, após o impeachment da ex-presidente Dilma em 2016 (Senado, 2016). Nas eleições de 2018, somente sete senadoras foram eleitas (Senado, 2018) e o atual governo (2020) tem apenas duas ministras entre os 22 ministérios brasileiros, (representando 9,1% dos ministérios chefiados por mulheres).

Os dados demonstram que as mulheres seguem à parte nos postos que podem lhes atribuir algum poder na esfera política. De acordo com um estudo da Procuradoria da Mulher no Senado (2015), esta ausência feminina na política pode ser explicada por alguns elementos como: divisão sexual do trabalho com a tripla jornada; caráter sexista da sociedade e domínio masculino dos partidos políticos. A política parece seguir a cartilha do público para o homem e do privado para a mulher, ou seja, ainda é uma esfera cuja participação não compete ao gênero feminino (Perrot, 1988). Uma ideia que, aparentemente, não é pensamento exclusivo de homens, uma vez que as mulheres também não as apoiam maciçamente para garantir a representatividade eleitoral.

Ao observar essa realidade, permitimo-nos a construção do argumento de que o conceito de Poder e Legitimidade, de Max Weber, e de Teto de Vidro podem estar

entrelaçados ao observar que os direitos conquistados pelas mulheres, no que diz respeito à elegibilidade e à possibilidade de provimento de cargos públicos, podem conter rupturas no momento em que estas, em sua maioria, não são eleitas e quando eleitas têm seus mandatos legítimos e amparados do ponto de vista legal, mas falta-lhes legitimidade de poder do ponto de vista sociológico, pois a sociedade ainda não reconhece legitimidade no exercício de poder por uma mulher. Mesmo já na segunda década do século XXI, o cenário no Brasil é de que as mulheres são elegíveis, mas apenas uma pequena parcela delas consegue preencher cargos de representação política. E tem-se a dúvida se elas conseguem de fato exercer plenamente o poder em seus mandatos.

Partindo deste pressuposto, este estudo, que segue uma abordagem qualitativa de pesquisa, é caracterizado como descritivo-exploratório em função de seu objetivo e busca contribuir teórica e empiricamente com estudos de gênero que analisem a relação das mulheres com a política. Desta forma, entende-se que o estudo, que segue o método Narrativo de pesquisa, poderá trazer elementos teóricos de análise que podem ser replicados em outros estudos, bem como, maior compreensão a respeito dos eventos expostos na mídia sobre a ex-presidente do Brasil, Dilma Rousseff, que demonstram a deslegitimação dela como líder e representante máxima do país e também como o país tem como característica da esfera política a manutenção do Teto de Vidro.

O estudo Narrativo é um método adequado para pesquisas nas quais os pesquisadores envolvem-se mais com a narrativa dos temas, podendo os indivíduos e/ou organizações serem relevantes ou não (Creswell, 2014). Neste caso, a ex-presidente Dilma Rousseff e a presidência da República no Brasil (indivíduo e organização) fazem parte do contexto de análise, porque são objetos chave para a compreensão de como a teoria do Teto de Vidro e a teoria de Poder e Dominação de Max Weber se relacionam para explicar a falta de acesso e suporte das mulheres em cargos políticos.

O estudo teve como objetivo identificar discursos de preconceito de gênero publicados pela mídia brasileira sobre a ex-presidente Dilma Rousseff e de que forma estes impactaram para a manutenção de um modelo político que tem as mulheres como indivíduos não aptos para o poder, utilizando a teoria do Teto de Vidro e a teoria de Poder e Dominação de Max Weber como base de reflexão, analisando o que as reportagens trazem sobre mulheres no poder, especificamente no caso de Dilma Rousseff.

As técnicas de coleta de dados foram fundamentalmente documentos, ou melhor, textos relacionados à Dilma Rousseff em sites de jornais e revistas eletrônicas utilizando-se os filtros “Dilma Rousseff”, “mulher” e “gênero”. Os sites de jornais e revistas foram eleitos por popularidade de circulação e acesso, considerando especialmente às mídias virtuais e a época de circulação das notícias. Inicialmente, foram listados: *Revista Veja*, *O Estadão*, *a Folha de São Paulo*, *Correio Brasiliense*, *ClicRBS*, *Diário do Comércio* e *Revista Isto É*. O site do *ClicRBS*, *Diário do Comércio*, e a *Revista Isto É* foram excluídos

da pesquisa por não apresentarem reportagens efetivamente relacionadas à temática pesquisada. Com os filtros Dilma, mulher e gênero, no espaço eletrônico da *Veja* foram encontrados 1.590 resultados entre os elencados em primeira página de busca; no *Correio Braziliense*, 315 publicações; no *Folha de São Paulo*, 310 publicações; e no *O Estadão*, 668 publicações, totalizando 2.883 reportagens. Considerando o tempo de pesquisa e a possibilidade de análise adequada, optou-se por selecionar quatro reportagens de cada site. As reportagens foram selecionadas por ordem de exibição na página de busca dos jornais, ponderando a questão de importância/relevância que costuma se atribuir neste caso¹. Feito esse filtro, as reportagens foram revisadas mais uma vez com o intuito de garantir que ficassem apenas reportagens publicadas entre os anos em que Dilma Rousseff esteve à frente da presidência da República. Assim, ao final, ficamos com 17 reportagens para a análise.

Toda a pesquisa foi construída utilizando uma composição entre análise interpretativa e análise de discurso. A escolha por esta mescla se deu porque em algumas reportagens (no caso de colunas de opinião) era mais acessível a análise de discurso, uma vez que eram as falas/opiniões do próprio colunista que estavam expostas; já em outras, eram relatos de situações associadas a ex-presidente e, por isso, caberia mais uma interpretação do que estava apresentado do que propriamente uma análise do discurso. Optou-se por uma análise não categorizada como a análise de conteúdo, porque no estudo em questão não se considerou pertinente a necessidade de categorização, mas sim uma reflexão crítica sobre o que foi exposto e os impactos para a manutenção de um cenário de exclusão das mulheres dos cargos de poder na política.

O estudo divide-se, na sequência, em dois momentos distintos: a parte da reflexão conceitual que contempla a relação estabelecida entre as teorias do Teto de Vidro e da Legitimidade de Poder de Max Weber e, na sequência, a reflexão a partir das reportagens veiculadas na mídia que permitem corroborar os argumentos teóricos apresentados.

OS CONCEITOS DE DOMINAÇÃO E LEGITIMIDADE DE MAX WEBER JUNTO AO FENÔMENO TETO DE VIDRO

Max Weber (2012) entende a dominação como um tipo singular de poder, concebida quando um propósito pertencente a um dominador ou a agentes dominantes é evidenciado para que intervenha em ações e práticas dos indivíduos dominados. O dominador atinge seu objetivo, a dominação, quando os dominados se apropriam do propósito explicitado e o praticam tal qual um propósito próprio, sem ter dimensão de que este é privativo do dominante. O domínio é operativo sobre os mandados conforme elementos

1 Na apresentação das reportagens serão apresentados, em detalhes, os números de reportagens encontradas por veículo de comunicação.

como intuição, inspiração ou persuasão racional e a combinação de tais fatores é determinante para o sucesso dos mandatários (Weber, 2012).

É essencial que ocorra fundamentação de práticas típicas do dominante conforme as concepções da legitimação do poder para que a dominação possa firmar-se (Weber, 2012). O valor do poder e da dominação é posto por meio do agrupamento de diretrizes coesas que são definidas ou pactuadas. O mandatário é legitimado por um conjunto de preceitos e seu poder concebido como genuíno no tempo em que o estiver praticando em conformidade com o roteiro estipulado. Há um respeito muito maior às regras do que à pessoa do mandatário, porém, o poder pode ser respaldado pela autoridade pessoal verificada (Weber, 2012).

Weber delimitou três tipos de dominação. O dominante pode ser carismático, tradicional ou racional-legal, conforme pode ser visualizado na Tabela 1. É por meio destas três categorias que o dominador impõe legitimidade ao dominante. Tais arquétipos dos líderes configuram os tipos fundamentais puros da estrutura de dominação (Weber, 2012). A fusão desses tipos puros origina perfis e contribui para a consolidação da dominação.

Tabela 1

Tipos de poder e suas características de acordo com Max Weber

Tipos de Poder	Características
Carismático	Predicados distintos, tidos como extraordinários; se manifesta quando são outorgados atribuições, poderes ou características sobrenaturais a certo sujeito. De uma forma geral, líderes e governantes dos meios políticos dispõem de apurado carisma, que figura como importante artifício de dominação de povos e grupos
Tradicional	Crença na primazia dos costumes. A conformidade e a obediência são conferidas ao sujeito que melhor simboliza a tradição e exprime os costumes próprios de uma localidade. As influentes famílias tradicionais; cujo posto se origina da via histórica na conjuntura econômico-financeira e política de determinado local, são espécimes da figura deste tipo de poder. A lealdade dos discípulos do líder tradicional determina o gênero das regras a serem estipuladas
Racional-legal	Crença do povo na licitude; no campo do direito; nas normas e nas leis. O sujeito que cumpre tal padrão de dominação o exerce em razão da racionalidade. A fé comunitária na legalidade das normas e atos da administração, tanto as leis desenvolvidas pelos mandatários quanto às normas que sustentam sua condição de liderança são o que dão legitimidade ao poder racional-legal

Fonte: Adaptado de “*Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*” de M. Weber, 2012, (4a ed.).

Um dominador não exerce, exclusivamente, um tipo de dominação; pois, ao ocorrer a dominação manifestam-se, mesmo que tênues, características dos demais tipos (Weber,

2012). O poder de mando em autoridade pessoal fundamenta-se na tradição; no que é costumeiro, clássico, habitual e capaz de manter acato perante alguns sujeitos ou, do contrário, está apoiado na fé no sobrenatural; em carisma através de pessoas que sejam capazes de conferir amparos ou benefícios; tidos como profetas paladinos ou heróis (Weber, 2012).

Na perspectiva da gestão, parte de que seja qual for o tipo de administração, é vital que exista algum tipo de dominação, pois para gerir é necessário que o poder esteja nas mãos de algum indivíduo. Referimo-nos à dominação no sentido da compreensão de que o dominante é uma figura de poder onde o dominado o legitima como tal, onde um representante político é agente dominante quando é eleito porque entende-se que é legitimado, ou posteriormente à investidura em cargo público, por ser figura tradicional ou carismática. Nesse sentido, percebe-se uma dificuldade de legitimidade feminina na política, sendo esse espaço marcado por sexismo e constrangimentos estruturais à sua participação, já que se trata de uma área social e culturalmente exercida por homens (Miguel e Biroli, 2010). Com Dilma Rousseff não seria diferente, pois o fato de ser mulher, abala a ordem estabelecida que se baseia na dominação masculina (Lima, 2020).

Ao ser naturalizada, a exclusão das mulheres da esfera pública, especialmente dos cargos políticos eletivos, torna-se um elemento de legitimação da política como “negócio de homens” (Biroli, 2018). Para que se possa refletir sobre qualquer oposição entre as esferas públicas e privadas, o fator “gênero” se torna necessário uma vez que os papéis de gênero na sociedade foram construídos com notória diferença entre atribuições femininas e masculinas. Historicamente, os homens estiveram à frente das atividades que envolviam prestígio, como a função política, enquanto às mulheres restavam os trabalhos servis e de pouca valorização (Veblen, 1983).

Sendo assim, a divisão sexual do trabalho é a base fundamental na qual assentam-se as hierarquias de gênero das sociedades contemporâneas, acionando restrições e desvantagens que produzem uma posição desigual às mulheres (Biroli, 2016). Objetivando elucidar a existência de desigualdades recorrentes entre homens e mulheres no mundo do trabalho, os estudos de *Glass Ceiling* (Teto de Vidro) começaram a surgir nos Estados Unidos na década de 1980 (Steil, 1997). Tal fenômeno diz respeito às disparidades vivenciadas pelas mulheres ao longo da evolução do processo de ascensão ao mercado de trabalho; as barreiras discriminatórias são baseadas no sexo biológico em vez de considerar-se experiência laboral, currículo ou méritos (Folke e Rickne, 2016). No caso de Dilma Rousseff; mesmo tendo vasta experiência na vida pública, em que desde os 16 anos de idade inseriu-se em movimentos sociais, além de ter ocupado os cargos de Secretária de Estado, bem como Ministra de Estado; como é possível afirmar que ela não era apta ao cargo de presidente por nunca haver concorrido a um cargo eletivo?! (Amaral, 2011).

No geral, a maioria das mulheres encontra-se em cargos que exigem um raso grau de autoridade e proventos (Morrison e Von Glinow, 1990). Esta realidade não é exclusiva de organizações privadas, pois tal cenário não é raro em organizações públicas (Vaz, 2013), mas a resignação feminina em relação aos homens é uma concepção ativa da sociedade e não depende de profissão ou ocupação; desde os subordinados aos mais elevados cargos, geralmente, as mulheres são menos valorizadas (Chies, 2010).

Os entraves que alimentam o teto de vidro ainda dificultarão a prosperidade do gênero feminino, pois longo é o caminho a ser alcançado se comparados aos direitos e espaços conquistados pelos homens (Morrison e Von Glinow, 1990). Um país com uma liderança feminina tampouco significa o fim da discriminação de gênero, pois não é possível correlacionar presença feminina e “voz feminista” (Biroli, 2010). Ademais, o processo de desconstrução ou privação de legitimidade política nas candidaturas femininas ocorre quase sempre sob a lógica sexista presente na sociedade (Lima, 2020), o que claramente pode ter ocorrido com Dilma Rousseff.

Diante do exposto, é possível relacionar Teto de Vidro, considerando a dificuldade da valorização e naturalização das mulheres na vida política, com a carência de requisitos estabelecidos por Weber como imprescindíveis para o exercício do poder e sua legitimação. O próximo tópico intenciona elucidar, brevemente, sobre o quanto diferentes tipos de violência ganhavam legitimidade quanto à tentativa de estigmatizar e desacreditar a imagem pública de Dilma Rousseff.

A MÍDIA E A IMAGEM PÚBLICA DE DILMA ROUSSEFF

Além de noticiar fatos, a mídia apoia a população na formação de opinião, e converteu-se em influente estação de aprendizado, motivando e parametrizando pautas de conteúdos públicos para expectadores entenderem política, mundo e globalização; ela também impacta a imagem que líderes políticos e sociais têm para a sociedade (Guazina, 2007). A mídia é empregada para relatar os episódios que derivam do processo político; para tentar demonstrar a influência institucional e a atuação dos meios de comunicação no meio político (Ibid). No Brasil, após o fenômeno Collor, estudiosos de diversas áreas passaram a assentir a dimensão da influência da comunicação de massa no sistema político.

Lima (2020) analisou como Dilma Rousseff sofreu preconceito de gênero durante suas campanhas políticas, governo e processo de *impeachment* com base em discursos e imagens atribuídos a ela em redes sociais como Facebook, além de blogs e revistas. De acordo com a autora, já em 2010 no primeiro mandato, Dilma Rousseff teve o machismo como um dos seus grandes desafios. Entretanto, em 2014 os ataques foram intensificados, onde o uso exacerbado das mídias sociais foi utilizado para desqualificar sua imagem pública. Biroli ressalta que “em revistas semanais, a estigmatização de Rousseff como incompetente politicamente se deu no recurso a estereótipos convencionais

de gênero, nos quais a mulher é associada ao destempero emocional” (2018, p. 78). É comum encontrar observações que corroborem à anterior, pois, a imagem vinculada a Dilma Rousseff relativa à sua personalidade, de modo geral, foi de “mau-humor, impaciência e inflexibilidade” (Corrêa, 2014).

A produção de humor político contra a autoridade, anônima ou não, é prática recorrente; porém, difere contextualmente em relação a seus alvos, formatos e conteúdo (Berger, 2017). Nesse sentido, “a dimensão generificada do humor político mobilizou estereótipos sexistas e misóginos que não apenas atingiram Dilma Rousseff, mas reforçaram o próprio lugar simbólico das mulheres na política nacional” (Carniel, Ruggi e Ruggi, 2018, p. 523). Tais autores categorizaram os seus achados em despersonalização ou invisibilização; humilhação ou ridicularização; objetificação ou sexualização; e agressão ou violência. O que pode ser visto em relação a Dilma Rousseff foram sátiras, “memes” e todo tipo de constrangimentos associados não somente à sua postura como também à sua idade, aparência física e vestimentas.

O preconceito de gênero direcionado a Dilma Rousseff não ocorreu somente por parte dos veículos midiáticos, como também por parte dos “leitores” (Stocker e Dalmaso, 2016). As autoras também atentam para a falta de responsabilidade do jornalismo sobre reações e desdobramentos gerados por suas notícias publicadas, sobre a importância do monitoramento de comentários de usuários do Facebook, sendo preocupante a expressiva recorrência de comentários violentos e desrespeitosos direcionados não somente à ex-presidente, como também a todas as mulheres, dos quais “denotam a urgência de se discutir e problematizar a desigualdade de gênero em nossa sociedade, principalmente no campo da comunicação” (Stocker e Dalmaso, 2016, p. 688).

Assim, após a exposição do argumento teórico e uma síntese de estudos que tornaram explícitas algumas dificuldades enfrentadas pela ex-presidente Dilma Rousseff, principalmente, durante seus mandatos, apresenta-se o tópico de discussão e análise dos resultados seguindo a metodologia empregada pelo estudo.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A legitimação das mulheres como indivíduos atuantes e capazes de desempenhar plenamente as funções dos altos cargos e manterem-se no poder está longe de ser alcançada, como pode ser visto a partir dos resultados dos estudos apresentados no tópico anterior. Bem como perpetuam a ideia do fenômeno do Teto de Vidro, mantendo as mulheres em cargos que as impossibilitem de ascender tanto em nível hierárquico, como por poder.

Considerando esta perspectiva, pode-se analisar que, em 2011, Dilma Rousseff parecia começar a quebra dessa barreira ao ser eleita a primeira mulher presidente da República no Brasil. Passaria ela a ser sinônimo da ascensão das mulheres, de maior igualdade de

gênero nas diferentes esferas do poder, de quebra do fenômeno do Teto de Vidro e da Legitimação do poder feminino? Os resultados que serão apresentados na sequência demonstram que não.

As ofensas e o pensamento machista que buscaram desqualificá-la para o cargo, realmente estiveram presentes na mídia, não apenas no ano que levou ao seu impedimento como presidente, mas desde o primeiro ano de seu primeiro mandato. Como forma de trazer maior coerência para as análises, as reportagens serão apresentadas em dois blocos distintos: um considerando os anos de 2011 a 2015, conforme a Tabela 2, período em que Dilma Rousseff esteve à frente da presidência da República; e outro considerando 2016, conforme a Tabela 3, ano de seu impedimento, no qual ela foi alvo constante de matérias que a questionavam como presidente, como líder, como mulher e que reforçaram ainda mais os estereótipos que levam à deslegitimação das mulheres na política, em cargos de poder e acabam por reforçar o fenômeno do Teto de Vidro.

Tabela 2

Reportagens sobre Dilma Rousseff quando esteve à frente da presidência do Brasil de 2011 a 2015

Título	Veículo	Síntese	Ano
O ano em que elas governaram o mundo	Correio Braziliense	Relata acontecimentos que deram destaque às mulheres na política e na economia no cenário mundial e fala das críticas do movimento feminista à atuação de Dilma	2011
Quem manda sou eu	A Folha de São Paulo	Critica Dilma por nomear elevado número de mulheres para cargos importantes do governo e usar o termo presidenta, discorrendo exemplos em que o termo se torna motivo de zombaria e menosprezo	2014
Em entrevista, Dilma atribui críticas a preconceito de gênero	Veja	Comenta entrevista concedida por Dilma ao Washington Post denunciando preconceito de gênero à comunidade internacional	2015
Dilma deveria ter lido em março de 2010 o aviso mediúnico de Celso Arnaldo: Homo Sapiens vale para os dois gêneros. Não tente inventar uma 'Mulier Sapiens'	Veja	Aborda o modo de Dilma expressar-se em discursos, citando Celso Arnaldo e seu livro "Dilmês: o idioma da Mulher Sapiens", no qual satirizou os discursos de Dilma como presidenciável e presidenta.	2015
Ministro Marco Aurélio: "Eu não queria estar na pele da presidente Dilma"	Correio Braziliense	Entrevista sobre a solidão da presidente Dilma, a operação "Lava-Jato" e os 25 anos de atuação no Supremo Tribunal Federal	2015

Fonte: Elaboração própria

No período que compreende os anos de 2011 a 2015, foram cinco reportagens que apresentaram destaque no material selecionado neste estudo. É possível perceber, a partir das informações sintetizadas na Tabela 2, que já existia um discurso crítico na mídia, com relação à, então, presidente Dilma Rousseff. Os textos questionam seu modo de expressão; a forma como precisa, a todo momento, se impor como autoridade e seu posicionamento como mulher, inclusive com críticas do próprio movimento feminista que, em uma análise simples de contexto, deveria apoiá-la porque certamente uma mulher eleita presidente da República seria um dos símbolos máximos para um movimento que luta por igualdade de direitos e oportunidades para mulheres e homens.

A primeira publicação analisada, datada de 2011, é reportagem de capa do *Correio Braziliense* intitulada “O ano em que elas governaram o mundo”. Uma reportagem que cita feitos inéditos e positivos para avanços femininos em representatividade, como a inclusão de número significativo de mulheres em ministérios e o fato de Dilma ter sido a primeira mulher a discursar na ONU. Mas, ao mesmo tempo que enaltece, a reportagem atenta para críticas que Dilma Rousseff recebeu dos movimentos feministas tendo feito pouco pelas mulheres em seu primeiro ano de mandato, parecendo que se esperava mais sobre gênero, da primeira presidente do Brasil. Considerando o argumento de que a deslegitimação mantém o fenômeno do Teto de Vidro, infelizmente essa reportagem demonstra que as críticas do movimento feminista, que deveria ser um movimento de apoio à primeira mulher eleita presidente, acabavam por impactar justamente como um dos primeiros exemplos de deslegitimação desta mulher no poder.

As outras reportagens remetem aos anos de 2014 e 2015, demonstrando que o final do primeiro mandato e início do segundo foram os momentos em que os discursos se intensificaram de forma contrária à Dilma Rousseff e ao espaço que estava ocupando como presidente da República. São reportagens e textos de colonistas (opinião)² que relatam aspectos sobre a personalidade e forma de expressão de Dilma Rousseff. Ou ainda, analisam o isolamento e falta de legitimidade dela (como a entrevista com o Ministro Marco Aurélio), demonstrando que os espaços de poder estavam limitados, justamente, para aquela que seria o exemplo máximo de poder no país, a presidente da República. Algumas frases, como o trecho extraído da reportagem da *Veja* escrita por Gabriel Castro, em 2015 (destaque na sequência), demonstram que a própria ex-presidente sentia o reflexo das análises sobre seu comportamento como forma de diminuí-la no cargo.

Você já ouviu alguém dizer que um presidente homem põe o dedo em tudo? Eu nunca ouvi isso. Eu acho que existe um pouco de preconceito de sexo, ou preconceito de

2 Entende-se neste estudo que, por ter respaldo da equipe editorial do veículo de comunicação, os textos de opinião também podem e devem ser analisados como material que vai impactar na formação da imagem pública de Dilma Rousseff, uma vez que estes textos também recebem atenção do público leitor e podem influenciar a formação de sua opinião a respeito de algo ou alguém.

gênero. Eu sou descrita como uma mulher dura e forte que mete o nariz em tudo em que não deveria, eu sou (descrita como) rodeada de homens meigos

A fala reproduzida reforça um estereótipo que vem ao encontro do que a teoria do fenômeno do Teto de Vidro demonstra, que as mulheres vivenciam cotidianamente barreiras para ascender ao poder e que as que eventualmente ascendem, são rotuladas por estereótipos associados a comportamento masculinos e femininos. Neste caso, não apenas Dilma Rousseff é apontada como alguém de comportamentos masculinos, como os homens que estão à sua volta teriam comportamentos femininos e isso poderia ser uma justificativa para ela estar no cargo. Os homens à sua volta não seriam capazes.

Ou seja, Dilma Rousseff foi eleita, mas as dificuldades no desempenho das atribuições presidenciais são claramente expostas. E, em meio a um período conturbado como aquele que o Brasil vivia à época, um cenário caótico com a operação Lava Jato expondo constantemente novos casos de corrupção e desvelando uma rede corrupta que abarcou boa parte, para não dizer a maior parte, do grupo político então presente no congresso e no senado federal. Um presidente homem também sofre críticas, a crítica acompanha uma pessoa que assume um cargo de poder. Mas o que tem sido identificado, não apenas neste estudo, como em outros já mencionados aqui, não do mesmo calibre. Apesar dos avanços, persistem diversas barreiras para a plena ascensão das mulheres (Steil, 1997). As declarações da mídia contribuem para a construção da imagem pública da governante (Weber, 2009), que é importante para a legitimação do poder (Weber, 2012).

Após ser eleita para seu segundo mandato, Dilma Rousseff passou a receber críticas mais duras e a perceber o preconceito de gênero de maneira mais intensa. Mas, o ano de 2016 foi o período em que mais reportagens sobre ela foram publicadas e reforçaram a reflexão teórica apresentada. A barreira do Teto de Vidro foi imposta a ela pela deslegitimação para o cargo. Dilma Rousseff foi eleita presidente do Brasil duas vezes, mas não foi considerada apta o suficiente para permanecer no cargo e exercer o poder a este atribuído. Para realizar uma análise mais detalhada das informações referentes à 2016, a Tabela 3 exhibe as publicações que se relacionam aos períodos de antes, durante e pós *impeachment*, sendo colocadas por ordem cronológica de publicação. Nas análises referentes a 2016, optou-se por apresentar com mais detalhe os textos das reportagens, de forma a exemplificar mais os estereótipos de deslegitimação reproduzidos.

Tabela 3

Reportagens sobre Dilma Rousseff no ano de seu impeachment

Título	Veículo	Síntese	Ano
Valentina de botas: negligente com a língua e o país, Dilma Rousseff inaugurou o populismo de gênero	Veja	Crítica a forma como Dilma referia-se ao cargo que ocupara (presidenta), e como se intitula para criar figura populista, ironizando colocação mais antiga em discurso onde ela afirmou que teria nascido e crescido em todos os estados brasileiros	2016
Em novo uso ilegal do Palácio do Planalto, Dilma tenta privatizar as mulheres	Veja	Crítica o “Encontro com Mulheres em Defesa da Democracia” onde Dilma recebeu mulheres para debater democracia	2016
Dilma Rousseff diz, em entrevista, que país tem “veio golpista” adormecido	Correio Braziliense	Comenta entrevista concedida por Dilma sobre machismo na política, histórico de pedidos de impeachment em todos os mandatos de presidentes brasileiros, apoio à ditadura no processo de impeachment	2016
Deputados aprovam abertura do processo de impeachment de Dilma	A Folha de São Paulo	Notícia a aprovação do processo de impeachment de Dilma	2016
A importância dos símbolos	O Estadão	Escreve sobre os desafios do presidente interino Michel Temer, ausência de mulheres em ministérios e coloca que, com Dilma, as mulheres já tiveram sua chance na política e a desperdiçaram	2016
Análise: Por que ser mulher na política é (e não é) um fator importante	O Estadão	Sobre a aptidão de homens e mulheres para a política, baixa representação feminina em cargos como ministérios e ativismo de grupos feministas e LGBTQI+	2016
Pensam que nos venceram mas estão enganados	O Estadão	Remete às esperanças de Dilma de não ser cassada, atribui a possível cassação também a machismo e misoginia	2016
Dilma, o feminismo e o machismo	O Estadão	Questiona as alegações de Dilma sobre sofrer impeachment por ser mulher e ser de esquerda. Crítica uma possível vitimização da mulher, muitas vezes feita por feministas.	2016
Desvio de autoria	O Estadão	Fala das vitórias de Dilma e do pedido de condenação por impeachment atribuindo suas vitórias a apadrinhamentos políticos de homens e a um marqueteiro eleitoral	2016
Ruim pra elas: 2016 nunca será esquecido por líderes como Hilary e Dilma	Correio Braziliense	Aponta resultados considerados negativos para mulheres no cenário político internacional, em que vinham se revelando líderes mundiais e sofreram derrotas políticas, demonstrando que o preconceito de gênero pode estar aparente ou velado	2016
Gênero, Número e Grau	A Folha de São Paulo	Analisa dificuldades históricas enfrentadas pelas mulheres, enfatizando atuais desafios da política brasileira, aborda estereótipos femininos e situações enfrentadas por Dilma desde o primeiro mandato	2016
Pode uma mulher governar?	A Folha de São Paulo	Comenta os desafios das três principais líderes mulheres da América Latina: Dilma Rousseff, Cristina Kirchner e Michele Bachelet	2016

Fonte: Elaboração própria

Na publicação da *Veja*, “Valentina de botas: Negligente com a língua e o país, Dilma Rousseff inaugurou o populismo de gênero” de 2016, novamente, a opção de Dilma por ser referida como presidenta é criticada pela mídia. O colunista volta a atribuir juízo pessoal de valor tratando com deboche a metáfora da presidente, questionando sua moral e inteligência.

A essa farsante, não basta ser presidente, isso qualquer uma pode ser: ela é ‘presidenta. ... Autoritária como toda figura erigida na mentira, manipuladora como todo populista e de dentro do seu raquitismo intelectual e moral, na confluência de suas 26 reencarnações simultâneas geridas pelo único neurônio, jamais renunciará à construção mistificadora para compreender o Brasil e tornar-se tudo o que não é: apenas uma brasileira decente e, então, uma presidente decente.

A palavra farsante denota total ausência de legitimidade (Weber, 2012). Uma representante política eleita democraticamente, mesmo não tendo a simpatia de todos, não deve ser injuriada e julgada farsante. O autor pode não ver legitimidade em Dilma por não reconhecer nela características próprias da dominação (Weber, 2012; Lima, 2020), e inúmeras podem ser as motivações para tal, até mesmo a questão de gênero, por ser a primeira mulher a ocupar tal cargo, mas não caberia a um veículo de comunicação reproduzir tais palavras se não fosse com o intuito de demonstrar e reforçar um discurso de falta de aptidão da então presidente para permanecer no cargo.

Novamente na *Veja*: “Em novo uso do Palácio do Planalto, Dilma tenta privatizar as mulheres”. O autor do referido texto, Reinado Azevedo, diz que Dilma tenta “privatizar” as mulheres, termo que pode ser interpretado no sentido de vender ou tornar particular.

Se aquele era o encontro das mulheres “em defesa da democracia”, deve-se supor que as que defendem o impeachment ou são contrárias à democracia ou mulheres não são. ... [Márcia Tiburi] disse que as críticas sofridas por Dilma são “do nível do estupro político”. Esta senhora só apelou a tal metáfora porque Dilma é mulher. Assim sendo, seus adversários, se homens, são potenciais estupradores; se mulheres, condescendentes com o estupro.

O autor do texto tenta ainda desprestigiar outra mulher, como profissional, ao ironizar declarações justamente contrárias ao que a mídia vinha expondo, à época, sobre a ex-presidente. O autor parece reprovar a mescla de questões políticas com questões de gênero, porém, acaba as associando, disparando que Dilma aceitou ser serva de um “macho alfa”, considerando isso degradante. “Dilma aceitou ser a serva do macho alfa, naquele que é, sim, o mais triste papel que uma mulher, diante de suas semelhantes, poderia desempenhar no poder”.

Para Morrison e Von Glinow (1990) ficam evidentes entraves que compõem o Teto de Vidro que dificultariam profissionalmente as mulheres por muito tempo, pois muito é degradante que mulheres precisem de homens para exercer poder, mas não podem fazê-lo sem a validação de um.

Já no período de instauração e da primeira etapa do processo de impeachment, votado na Câmara de Deputados, a Coluna Política do *Correio Brasiliense* publicou: “Dilma Rousseff diz, em entrevista, que país tem ‘veio golpista’ adormecido”:

Ela fez a colocação ao dizer ter certeza de que não houve um único presidente no país que não tenha sido alvo de pedidos de impeachment entregues à Câmara dos Deputados desde a redemocratização. ... o impeachment “se tornou um instrumento sistematicamente usado contra presidentes eleitos”, desde o governo Getúlio Vargas. Dilma não mencionou que em 1992 o PT, à época na oposição, apoiou o impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello. Posteriormente, também pediu o impedimento do tucano Fernando Henrique Cardoso. ... A presidente foi questionada sobre o que achou do voto do deputado federal Jair Bolsonaro (PP-RJ), que dedicou ao general Carlos Alberto Brilhante Ustra a posição favorável ao impeachment. “Eu acho lamentável. Eu fui presa nos 1970. De fato, conheci bem esse senhor ao qual ele se refere, foi um dos maiores torturadores do Brasil. Recai sobre ele não só acusação de tortura, mas de morte. É só ler os papéis da Comissão da Verdade e outros relatos. Lastimo que esse momento tenha dado abertura à intolerância ao ódio ou outro tipo de fala. A aventura golpista levou a uma situação que não vivíamos no Brasil, que é a de raiva, ódio, perseguição”, respondeu, com a voz embargada. ... Questionada, Dilma disse haver um componente de machismo no processo que corre contra ela. “Tem misturado nisso tudo um grau de grande preconceito com uma mulher. Tem atitudes comigo que não teriam contra um homem”, avaliou.

Dilma Rousseff demonstra que a instauração do *impeachment* decorre de um sentimento e heranças políticas e culturais dos políticos brasileiros em tentativas de praticar golpes de estado para conquistar a presidência. Indica que o Brasil culturalmente ainda não aprendeu a lidar com a democracia e com a existência da oposição. Fala dos sentimentos de ódio, raiva e perseguição, envoltos sob aspectos aos quais alega ser vítima colocando que as injustiças sofridas também decorrem de herança cultural machista e afirma que seria diferente caso fosse homem, o que corrobora com os estudos de Teto de Vidro. A ex-presidente do Brasil levanta a questão do preconceito de gênero que alegou sofrer, do qual poucos no Brasil negam, mas que muitos não consideram de grande impacto para cassação presidencial. Em *O Estadão*, a Coluna Opinião de 2016, fala sobre desafios do presidente interino Michel Temer, e ausência de mulheres em ministérios:

Pode-se argumentar, sem que isso implique machismo, que a questão de gênero não interfere necessariamente no nível de qualidade de uma equipe. Pode-se argumentar, aí, sim, com despuadorado machismo e tendo em vista o fiasco de Dilma Rousseff, que as mulheres já tiveram sua chance e a desperdiçaram.

Fica evidente a opinião de que mulheres não devem mais pleitear o cargo político ocupado por Dilma Rousseff. Pode ser que para a Coluna, as mulheres tenham ainda que encarregarem-se dos espaços privados, deixando a vida pública aos homens, o que

conforme Perrot (1988) vêm historicamente acontecendo e transparece que mulheres carecem de permissão para inserirem-se na política.

Reportagem do *Estadão* parece complementar tal argumento: “Análise – Porque ser ‘mulher’ na política é (e não é) um fator importante”, destacando no texto que a questão de gênero não deveria ser determinante para escolher políticos. Porém, após expor panorama de participação feminina na política, bem como avanços e contribuições de feministas para a agenda, a publicação propõe que feministas e movimentos LGBTQI+, devido à forma como conduzem os debates, não colaboram para avanços, pois desafiam o atual sistema e se contradizem em seus objetivos, centrando o debate apenas em gênero. A reportagem apenas reforça que as questões de deslegitimação estão fortemente enraizadas na forma como a sociedade brasileira perpetua estereótipos.

Ser mulher não é tudo que uma pessoa é. Diz muito pouco da trajetória individual e não deveria ser elemento significativo para a escolha (ou não) de um representante. ... Não se pode comparar duas mulheres ou mesmo dois homens. ... Há uma evidente deformação na democracia representativa. ... menos mulheres deputadas e senadoras do que o Oriente Médio, ficando com a vergonhosa posição 116 no ranking com 190 países.

Em sociedades igualitárias o gênero não influencia qualquer tipo de diferenciação, ideologia ou meritocracia, porém, estas são minorias e o gênero ainda é determinante na maioria dos grupos sociais. Por vezes, considera-se que grupos progressistas possam errar o tom se segmentando, distorcendo, radicalizando ou incluindo outros elementos na agenda que não são pertinentes ao debate.

Em notícia de pronunciamento de Dilma em 2016, após o Senado aprovar o *impeachment*, Fausto Macedo traz relatos da ex-presidente para *O Estadão*: “‘Pensam que nos venceram, mas estão enganados’, afirma Dilma”. A nomeação da matéria parece remeter às esperanças de Dilma, mas ao longo do texto atribui-se a cassação também a machismo e misoginia, enfatizando o fato da primeira presidente ser deposta sem crime de responsabilidade.

O projeto nacional progressista, inclusivo e democrático que represento está sendo interrompido por uma poderosa força conservadora e reacionária, com o apoio de uma imprensa facciosa e venal ... Acabam de derrubar a primeira mulher presidenta do Brasil, sem que haja qualquer justificativa constitucional para este impeachment ... O golpe é contra o povo e contra a Nação. O golpe é misógino. O golpe é homofóbico. O golpe é racista. É a imposição da cultura da intolerância, do preconceito, da violência ... Esta história não acaba assim ... Às mulheres brasileiras, que me cobriram de flores e de carinho, peço que acreditem que vocês podem. As futuras gerações de brasileiras saberão que, na primeira vez que uma mulher assumiu a Presidência do Brasil, a machismo e a misoginia mostraram suas feias faces.”

Supondo que as declarações de Dilma sobre o peso da questão de gênero em seus mandatos e no processo de *impeachment* sejam consideradas, os dogmas da dominação e da superioridade poderiam estimular pensamentos negativos sobre as aptidões de mulheres em relação a homens e se converterem em caminhos falhos (Chies, 2010). Equivocada, a questão de gênero é pouco relacionada à estrutura da sociedade, restringindo-se aos empecilhos corporativos (Schipani *et al.*, 2009), onde Dilma somente teria sido cassada por crime de responsabilidade, interesses políticos, oposição e investigações de corrupção sem considerar gênero; porém, mesmo tendo o Brasil elegido uma mulher e tendo legislação de cotas eleitorais de gênero, os números da participação feminina na política são pouco expressivos e não se sabe se as eleitas conseguem, de fato, exercer o poder nos mandatos.

As reportagens analisadas a seguir foram todas publicadas logo após o impedimento de Dilma Rousseff e focam a análise nas razões pelas quais o preconceito de gênero teve ou não reflexo em todo o processo. No *Estadão*, Marco Aurélio Nogueira analisa e opina sobre: “Dilma, o feminismo e o machismo”.

Muitos acreditaram que Dilma estaria pagando alto preço por ser de esquerda e por ser mulher, uma vítima da misoginia que impera na política nacional. E todos os que a criticaram, no caso daquela frase, estariam perfilados entre seus carrascos. Machistas, portanto. ... Dizer que o impeachment está associado ao machismo é dessas boutades que não honram nenhuma causa. Impede que se veja a realidade, a escamoteia e distorce. Converte a mulher num subcidadão, um ser passivo sempre submetido à exploração e à dominação masculina. Apresenta a política como uma luta entre sexos e gêneros, não entre classes e indivíduos. Seu mote principal — estou a ser afastada por um bando de homens reacionários por ser a primeira presidenta eleita pelo voto popular no Brasil — mostra bem como falta uma explicação política razoável para o que se passa no Brasil. Há que se fazer algum desconto aqui, contextualizar a fala, relativizar o tom passional. Afinal, há machismo em tudo o que respira nessa terra Brasilis, portanto, também no impeachment ... Como Dilma não é uma pessoa qualquer, não deveria tropeçar demais. Afinal, o que se espera dela é que defenda seu mandato, e o faça com competência, pensando no futuro, nos ajudando a prepará-lo.

Embora reconheça que em tudo, no Brasil, existe um pouco de machismo, Nogueira parece ver exagero nas alegações de Dilma sobre *impeachment* e machismo. Considera importante diminuir o peso do sexismo, criticando uma possível vitimização da mulher, muitas vezes feita por feministas. Contesta também a ex-Presidente por não explicar melhor seu afastamento para além das questões de preconceito de gênero, indicando que Dilma Rousseff excluiu de sua reflexão argumentos outros que a levaram à destituição do cargo.

Dora Kramer para *O Estadão* escreveu a reportagem “Desvio de autoria”. A repórter parece propor que não foi Dilma quem venceu as eleições que concorreu; protagonizou as vitórias, porém, as atribui a homens.

Um dos argumentos de defesa apresentado por Dilma Rousseff aponta o preconceito de gênero para o afastamento dela. “Querem condenar injustamente uma mulher que ousou ganhar duas eleições consecutivas”. Feito protagonizado, mas não construído por ela. Os engenheiros das obras foram dois homens. A primeira erguida por Luiz Inácio da Silva. A segunda com base nas ilusões marqueteiras elaboradas por João Santana.

Apesar do legado político de seu antecessor, e de bom marketing eleitoral, não seria Dilma, pessoa com considerável formação acadêmica e experiência em cargos da gestão pública, alguém capaz de vencer uma eleição por si mesma? Quais seriam as motivações para tal afirmação? Provavelmente, algumas das políticas eleitas façam sucessão a homens, pois eles são a maioria como, e sucedam pais, cônjuges ou personalidades partidárias; tenham apadrinhamento, mas pode ser que demandem permissão de homens para pleitear cargos políticos, pois historicamente a política é espaço masculino e as relações de poder são prevaletentes entre os gêneros (Perrot, 1988). O senso comum trata Dilma como figura coadjuvante de homens, trazendo elementos que mostram a relação das teorias do teto de vidro e da legitimação.

“Ruim pra elas: 2016 nunca será esquecido por líderes como Hilary e Dilma”, reportagem do *Correio Brasiliense* que faz uma análise sobre o espaço das mulheres na política em 2016 e as repercussões dos acontecimentos, demonstrando que, mundialmente, foi um ano em que as mulheres perderam espaço, voz e força política.

Em 31 de agosto passado, com a voz embargada, Dilma Rousseff declarou: “Acabam de derrubar a primeira mulher presidenta do Brasil, sem que haja qualquer justificativa constitucional para este impeachment”. Ela denunciou um golpe contra o direito das mulheres. No primeiro ano após não eleger um sucessor, a argentina Cristina Kirchner se viu às voltas com vários problemas na Justiça, os quais minaram seu capital político. Nas eleições regionais de 23 de outubro, a líder de centro-esquerda chilena Michelle Bachelet viu os rivais da direita vencerem na maior parte dos municípios. ... Definitivamente, 2016 não foi o ano das mulheres na política internacional. Para a britânica Rainbow Murray, especialista em políticas de gênero da Queen Mary University of London, apesar de o gênero não ter sido o único fator dos contratempos, ele acabou por não ajudar as líderes. “Os problemas que elas enfrentaram são, em parte, reflexos do fato de que não existem mais mulheres líderes no mundo. No turbulento clima político global, os governantes de ambos os sexos enfrentaram batalhas. As mulheres são, frequentemente, avaliadas com menor valor e mais negativamente, independentemente de sua performance atual, o que as torna vulneráveis politicamente”, admitiu ao *Correio*.

Considerando a onda conservadora que se instaurou no mundo político de 2016 para cá, não seria a questão da deslegitimação da mulher um fator intrinsecamente ligado à, justamente, retomada do poder em muitos países de grupos fortemente conservadores e com perfil voltado para a manutenção da baixa participação feminina na política? Fica

uma reflexão para outros estudos que possam aprofundar as questões do conservadorismo e machismo, associando ao fenômeno do teto de vidro e a deslegitimação do poder das mulheres. As reportagens a seguir trazem elementos que podem contribuir para este futuro debate.

Ambas do *Folha de São Paulo*, ainda no ano de 2016. Primeiro, Angela Alonso escreveu “Gênero, número e grau”. O texto mostra visão desanimadora sobre a realidade feminina, lutas e expectativas de novas conquistas, esmiuçando a questão das violências contra as mulheres no Brasil e no mundo, e revelando o quão forte são preconceito e violência de gênero, independente da classe econômica. Com mulheres tendo rebaixamento intelectual e emocional por parte da sociedade; um percentual de 90% dos parlamentares brasileiros sendo homens (com remuneração maior), fica difícil que mulheres possam chegar à presidência. Alonso diz que Dilma atreveu-se a colocar-se na posição de um homem e relembra o “tchau querida” (repetido nas manifestações pró *Impeachment*) propondo que o bordão foi proposital, pois o país aparenta ficar mais confortável sob ministério masculino.

É assim desde Adão e Eva, Bentinho e Capitu. ... A dominação patriarcal é traço da cristandade em geral e de nossa sociedade em particular. O fenômeno causa consternação episódica, quando descamba violência física extrema, vide o espancamento que converteu Maria da Penha – a homenageada no nome da lei – em paraplégica, ... Casos assim chocam. Mas logo a mídia e a opinião pública se enfatizam. Sobram as feministas, apenas toleradas e tidas por chatas recalçadas. No cotidiano sem graça, longe das câmeras, volta a toada, que pouco mudou desde os tempos de Machado de Assis. ... Supremacia física, moral, profissional, financeira dos homens sobre as mulheres. ... Fugir do roteiro é perigoso ... O fenômeno cliva a vida pública. Em outdoors, revistas, propagandas de televisão, o jovem é o predador, a moça o objeto de sedução e domínio, duas coisas confundidas. Já as mulheres mais velhas ou com filhos aparecem como chiliquentas. ... É assim na economia como na política. O congresso está lotado de machos: perfazem 90% dos parlamentares. Assim fica difícil ter uma presidente. Não é atoa o “tchau querida”. O país parece mais confortável sob o ministério masculino – de projectos, brancos, em maioria, suspeitos de corrupção. A ausência de mulheres é a cereja do bolo de um governo anti-moderno. ... Mas como todos os assuntos, este é complexo. Parte das mulheres contribui para a reprodução do esquema que as subjuga. É o caso de mocinhas como a primeira-dama temporária, ex-miss e do lar, que se casam com senhores endinheirados e poderosos. Desde a primeira posse de Dilma, as duas foram comparadas, uma Barbie, outra cafona; uma flor, outra trator. Eis aí os estereótipos se repondo. Ou executiva sexy, ou a carreira ou os filhos, ou anjo ou puta, ou do lar ou a rua. Escolhas que nunca se colocam para os homens. ... Temer segue na Idade Média. Neste tempo residem muitos de seus apoiadores, crentes na hierarquia de gênero como mandamento divino. Vociferam em favor da moralidade pública desde que ela reproduza a que perpetraram na vida privada. Contra a dominação masculina não baterão panelas. O utensílio serviu contra uma mulher. Decerto pensam que as outras todas devem se restringir a usá-las na cozinha.

No texto “Pode uma mulher governar?” Percebe-se uma crítica, trazendo Marcela Temer como exemplo, ressaltando as diferenças de perfis, entre as mulheres consideradas líderes e Marcela Temer, e o que representam; fazendo paralelo entre o que alguns idealizam como o modelo da mulher do presente e do futuro e que para outro grupo representa a mulher do passado. Refere a ataques sofridos por Dilma desde o início do governo; apelidos pejorativos e machistas dados a ela por outros políticos e sátiras publicadas na mídia, justificando que, em sua opinião, tais tratamentos só aconteceram devido ao seu gênero. Passa ideia de disputa de poder entre gêneros, em que o masculino pode perder lugar para o feminino. Se houve momento mais propício para a ascensão feminina na política, este momento pode ter sido sutilmente suprimido por uma onda conservadora, o que apoia o Teto de vidro e as desigualdades entre gêneros no mundo do trabalho, sendo sutis, mas recorrentes (Steil, 1997).

Dilma não é a única mulher no continente a ser posta diante de crises políticas entrelaçadas por discriminação de gênero, misoginia, e preconceito contra o exercício de poder feminino. ... Dilma, Cristina Kirchner e Michele Bachelet. Três mulheres que chegaram ao poder num momento em que parecia haver alguma chance de superação das arraigadas hierarquias entre homens e mulheres na América Latina. Exatamente por isso estão sob ataque. Trata-se de pensar que as forças conservadoras crescem e se articulam – nacional e internacionalmente – ao mesmo tempo em que percebem o avanço de forças progressistas, como um jogo de forças ativas e reativas em movimento permanente. ... #belarecatadaedolar expressou, de certa forma, esse jogo de forças ativas e reativas. Em contraposição à presidência da República exercida por uma mulher, uma revista semanal veiculou perfil da mulher do presidente interino Michel Temer, cujos atributos eram os mesmos que nos fariam voltar alguns séculos ao passado. ... Dilma esteve sob ataque desde o início do seu primeiro mandato. Sofreu críticas por não se adequar ao estereótipo do feminino e deputados acharam cabível chamar a chefe de estado por denominações grosseiras como “jararaca”. De certa forma, é como se sua figura austera tivesse encarnado a abjeção da sociedade brasileira em relação a uma mulher no poder. Insistentemente, ela buscou responder “sim, pode uma mulher governar”, e a cada sim produziu mais e mais reações contrárias ao seu lugar de poder. Talvez ainda estivéssemos num jogo de forças menos desigual, num retrocesso menos perturbador do que esse com o qual nos ameaçam os homens brancos que tomaram o poder.

A mídia parece noticiar os acontecimentos ligados à preconceito de gênero, mas de forma moderada, em que o ativismo caberia ao movimento feminista, cuja sociedade apenas tolera. Também há a questão de que parte das mulheres contribuiu para a reprodução do esquema que as subjuga. Dilma recebeu inúmeros adjetivos desqualificadores relacionados ao gênero, apresentando um conjunto de fatores que desfavoreceriam a legitimidade de dominação. A dominação é concebida quando um propósito do agente dominador é provado para que interfira nas ações dos sujeitos dominados; o dominador

alcança seu objetivo, a dominação, quando os dominados se adaptam a intenção apontada e a fazem tal qual um fim próprio, sem que tenham a grandeza de que este propósito é o particular do dominante (Weber, 2012). O domínio se mostra operativo sobre os mandados conforme fatores como a intuição, a inspiração ou a persuasão racional, também pela associação de tais fatores determinantes para que ocorra a resposta esperada pelos mandatários. Se Dilma não tiver apresentado inspiração, identificação e persuasão racional, a legitimação do poder dela pode não ter ocorrido. A seguir, passa-se a abordar as considerações finais deste estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final, cabe salientar que, no livre exercício da expressão, as publicações carregam juízos de valor sexistas e podem influenciar as concepções que o povo forma acerca de um/a líder. Teto de Vidro e Deslegitimação se encontram, demonstrando que os elementos apontados na reflexão entre as duas teorias permitem uma análise deste caso, e, possivelmente, de outros envolvendo mulheres, política e poder.

Entre outros fatores, a imagem pública de Dilma Rousseff parece ter sido construída, em grande parte, pelas declarações da mídia a seu respeito. Adjetivos como “durona” foram empregados para descrever sua personalidade, o que, por vezes, foi visto como positivo e, por vezes, negativo (geralmente quando levado em conta seu gênero).

As críticas mais duras são feitas por homens, porém também há mulheres que falam sobre a falta de protagonismo de Dilma Rousseff em relação ao ex-presidente Lula e atribuem sua vitória nas eleições ao apadrinhamento, o que de fato pode ter ocorrido, e remete ao pensamento de que as mulheres necessitariam de permissão ou ajuda masculina na política.

Existe a suposição de que outras líderes mulheres também só lograram êxito devido ao suporte de figuras masculinas. Preconceito de gênero e desigualdade vividos por mulheres governantes fica evidente. A questão de gênero em pauta, geralmente, também acaba atenuando, pois se acredita que em uma sociedade ideal, igual em direitos e deveres, o indivíduo, seja homem ou mulher, seria o centro da questão e não mais este ou aquele gênero. O preconceito de gênero ainda permeia a sociedade e seus espaços. Colunistas e jornalistas mulheres parecem ser mais adeptas à máxima de que o debate sobre poder e gênero ainda não está exaurido. O emprego do termo Presidenta parece provocar descontentamento entre os colunistas. Embora possa ser considerado ortograficamente equivocado, tal termo pode ter sido escolhido por Dilma Rousseff como forma de afirmação da figura feminina no poder.

Conclui-se que o conceito de Poder e Legitimidade de Max Weber e a teoria do Teto de Vidro de fato se associam e se complementam; onde a teoria do Teto de vidro traz mais

um elemento passível de observação nas nuances do poder: o gênero. A teoria da Legitimidade não versa sobre a influência do gênero, porém, a teoria do Teto de Vidro cita os entraves que passam quase imperceptíveis e como muitas colocações ao longo das publicações propuseram, são erroneamente julgados como já superados. Cabe aqui enfatizar esta questão, pois se o preconceito de gênero já tivesse sido superado há muito, as alegações desvinculadas de ideologias políticas não se deteriam a comparar Dilma Rousseff com mulheres mais jovens por beleza ou vestimentas; ou mesmo sua postura firme usando palavras como "macho" e "dura" por exemplo; a terminologia Presidenta provavelmente usada por Dilma Rousseff para marcar a presença feminina, como já dito, não causaria tanto incômodo nos parlamentares, e entre outros fatores.

Mesmo a instauração do *Impeachment* foi vista por Dilma Rousseff e por parte da sociedade como motivada, entre outros fatores, pela questão de gênero. Logo, se presume que os direitos conquistados pelas mulheres em elegibilidade e possibilidade de provimento de cargos públicos podem sim conter rupturas. Os mandatos de Dilma Rousseff foram legítimos e amparados legalmente, mas parece que lhe faltou legitimidade de poder do ponto de vista sociológico. A política aparenta ainda não reconhecer em plenitude a legitimidade no exercício do poder por parte de uma mulher, mesmo que de forma encoberta essa situação pode ter sido agravada para uma mulher cujo perfil destoa do estereótipo feminino tradicional. A associação da teoria trouxe elementos para o entendimento do papel do preconceito de gênero em publicações da mídia que por noticiar textos com foco em características de gênero e de preconceito participou da construção da imagem pública da ex-presidente.

Nas limitações do estudo, não foram analisadas charges e publicações de redes sociais e blogs onde o juízo de valor de jornalistas poderia ser mais amplamente analisado. Devido ao tempo para a realização da pesquisa e à expressiva quantidade de material a ser analisado (o que poderia ser proposto para um estudo futuro), não foram considerados veículos de notícias estrangeiros que também podem ter contribuído para a imagem de Dilma bem como questões relativas as *fake news*. Em estudos futuros seria interessante analisar o perfil de Dilma Rousseff: se carismático, tradicional ou racional-legal; como ocorrem os mandatos de parlamentares mulheres e como estas veem a participação feminina na política.

REFERÊNCIAS

- Amaral, R. (2011). *A vida quer é coragem: a trajetória de Dilma Rousseff – a primeira presidenta do Brasil*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Bergue, S. (2010). *Gestão de Pessoas em Organizações Públicas* (3.^a ed.). Caxias do Sul: Editora EDUCS.

- Berger, P. (2017). *O riso redentor: a dimensão cômica da experiência humana*. Petrópolis: Vozes.
- Biroli, F. (2010). Mulheres e política nas notícias: Estereótipos de gênero e competência política. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (90), 45-69. <https://doi.org/10.4000/rccs.1765>
- Biroli, F. (2016). Divisão Sexual do Trabalho e Democracia. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, 59(3), 719-754. <https://doi.org/10.1590/00115258201690>
- Biroli, F. (2017). Teorias feministas da política, empiria e normatividade. *Lua Nova*, 1(102), 173–210. <https://doi.org/10.1590/0102-173210/102>
- Biroli, F. (2018). Uma mulher foi deposta: sexismo, misoginia e violência política. Em L. Rubim e F. Argolo (Orgs.). *O Golpe na perspectiva de Gênero*. Salvador: EDUFBA.
- Carniel, F., Ruggi, L. e Ruggi, J. (2018). Gênero e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil, *Opinião Pública*, 24(3), 523-546. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-01912018243523>.
- Chies, P. (2010). Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. *Revista Estudos Feministas*, 18(2), 407-528. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2010000200013>.
- Corrêa, B. (2014). *Gênero, mídia e estereótipos: uma análise da representação da presidenta Dilma Rousseff*. (Trabalho de Conclusão de Graduação). Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Creswell, J. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens* (3.ª ed.) Porto Alegre: Penso.
- Folke, O., e Rickne, J. (2016). The glass ceiling in politics: Formalization and empirical tests. *Comparative Political Studies*, 49(5), 567-599. <https://doi.org/10.1177/0010414015621073>
- Guazina, L. (2007). O Conceito de Mídia na Comunicação e na Ciência Política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates*, 1(1), 49-64. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.2469>
- Kroeber, C. (2019). Still a glass ceiling? Tracing the limits to women's representation in elected office. *Comparative European Politics*, 17(1), 112-131. <https://doi.org/10.1057/s41295-018-0114-5>
- Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997*. Estabelece normas para as eleições. Recuperado de <https://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997>

- Lima, E. (2020) Misoginia e estereótipos de gênero na construção da imagem pública de Dilma Rousseff. *Vivência: Revista de Antropologia*, 1(56), 252-278. <https://doi.org/10.21680/2238-6009.2020v1n56ID23688>
- Miguel, L. e Biroli, F. (2010). Práticas de gênero e carreiras políticas: vertentes explicativas. *Revista Estudos Feministas*, 18(3), 653-679. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2010000300003>
- Morrison, A. e Von Glinow M. (1990). Women and Minorities in Management. *American Psychologist*, 45(2), 200-208 <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.200>
- Perrot, M. (1988). *Os excluídos da história: operários, mulheres, prisioneiros* (trad. D. Bottmann). Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Procuradoria Especial da Mulher no Senado Federal. (2015). *Mais Mulheres na Política*. p. 72.
- Schipani, C., Dworkin, T., Kwolek-Folland, A., Maurer, V. (2009). Pathways for women to obtain positions of organizational leadership: the significance of mentoring and networking. *Duke Journal of Gender Law & Policy* (16), 89-136.
- Senado. (28 de dezembro de 2016). Impeachment de Dilma Rousseff marca ano de 2016 no Congresso e no Brasil. Recuperado de <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/28/impeachment-de-dilma-rousseff-marca-ano-de-2016-no-congresso-e-no-brasil>.
- Senado. (08 de outubro de 2018). Com sete senadoras eleitas, bancada feminina no Senado não cresce. Recuperado de <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/10/08/com-sete-senadoras-eleitas-bancada-feminina-no-senado-nao-cresce>.
- Steil, A. (1997). Organizações, gênero e posição hierárquica — compreendendo o fenômeno do teto de vidro. *Revista de Administração*, 32(3), 62-69.
- Stocker, P. e Dalmaso, S. (2016). Uma questão de gênero: ofensas de leitores à Dilma Rousseff no Facebook da Folha. *Revista Estudos Feministas*, 24(3), 679-690. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2010000300003>
- UN Women; Inter-Parliamentary Union. (2020). *Women in Politics: 2020*. Recuperado de <https://www.ipu.org/resources/publications/infographics/2020-03/women-in-politics-2020>.
- Vaz, D. (2013). O teto de vidro nas organizações públicas: evidências para o Brasil. *Economia e Sociedade*, 22(3), 765-790. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ecos/v22n3/07.pdf>
- Veblen, T. (1983). *A Teoria da Classe Ociosa: Um Estudo Econômico das Instituições*. Apresentação de Maria Hermínia Tavares Almeida. São Paulo: Abril Cultural.

Weber, M. (2009). O estatuto da Imagem Pública na disputa política. *ECO-Pós*, 12(3),11-26.

Weber, M. (2012). *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva* (trad de R. Barbosa e K. Barbosa) (4.ª ed. 3.ª reimp). Brasília: Editora Universidade de Brasília.

APÊNDICES

<http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/dilma-deveria-ter-lido-em-marco-de-2010-o-aviso-mediunico-de-celso-arnaldo-homo-sapiens-vale-para-os-dois-generos-nao-tente-inventar-uma-8216-mulier-sapiens-8217/>

<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/dilma-acha-o-homem-brasileiro-muito-mulher-zinha-interpreto-sua-misandria/>

<http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/valentina-de-botas-negligente-com-a-lingua-e-o-pais-dilma-rousseff-inaugurou-o-populismo-de-genero/>

<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/em-novo-uso-ilegal-do-palacio-do-planalto-dilma-tenta-privatizar-as-mulheres/>

<http://veja.abril.com.br/politica/em-entrevista-dilma-atribui-criticas-a-preconceito-de-genero/>

<http://opinio.estado.com.br/noticias/geral,a-importancia-dos-simbolos,10000051696>

<http://politica.estado.com.br/blogs/fausto-macedo/pensam-que-nos-venceram-mas-estao-enganados-afirma-dilma/>

<http://politica.estado.com.br/blogs/dora-kramer/desvio-de-autoria/>

<http://politica.estado.com.br/blogs/marco-aurelio-nogueira/dilma-o-feminismo-e-o-machismo/>

<http://www.estado.com.br/noticias/geral,analise---porque-ser-mulher-na-politica-e-e-nao-e-um-fator-importante,10000051893>

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2015/07/05/internas_polbraeco,489022/ministro-marco-aurelio-eu-nao-queria-estar-na-pele-da-presidente-dil.shtml

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2016/04/19/internas_polbraeco,528226/dilma-rousseff-brasil-tem-um-u201cveio-golpista-adormecido-u201d.shtml

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2016/12/11/interna_mundo,560827/ruim-para-elas-2016-nunca-sera-esquecido-por-lideres-como-hillary-e-d.shtml

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2010/03/22/internas_polbraeco,181196/pre-candidata-a-presidencia-dilma-rousseff-tem-o-desafio-de-conquistar-o-voto-das-mulheres.shtml

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2012/01/01/interna_revista_correio,284634/o-ano-em-que-elas-comandaram-o-mundo.shtml

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2106200503.htm>

<http://agoraequesaodelas.blogfolha.uol.com.br/2016/05/24/pode-uma-mulher-governar/>

<http://aovivo.folha.uol.com.br/2016/04/16/4714-aovivo.shtml>

<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/angela-alonso/2016/06/1778377-genero-numero-e-grau.shtm>

EL CINE COMO METODOLOGÍA DIDÁCTICA. ANÁLISIS SISTEMÁTICO DE LA LITERATURA PARA UN APRENDIZAJE BASADO EN EL CINE (ABC)

SILVIA DÍAZ HERRERO*

Grupo Ciberimaginario (Universidad Rey Juan Carlos)
sdiazherrero@colegioelsalvador.com

Manuel Gértrudix Barrio**

Universidad Rey Juan Carlos
manuel.gertrudix@urjc.es

Recibido: 15/11/2020 Aceptado: 22/1/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4964>

RESUMEN. El uso del cine en las aulas no es una propuesta novedosa, pero en la mayoría de las ocasiones se usa como recurso didáctico y no como una metodología capaz de vehicular un aprendizaje, de forma que pueda considerarse una metodología educativa en sí misma: el aprendizaje basado en el cine (ABC). Comenzar esta transformación requiere estudiar el estado del arte para buscar las experiencias previas en las que se haya utilizado el cine en las aulas. Mediante una revisión sistemática de la literatura (artículos y libros publicados en español e inglés en los últimos veinte años) que aborda el uso del cine en el aula, se realiza una aproximación a las prácticas docentes documentadas para establecer cuáles son los rasgos distintivos que las caracterizan. No se han encontrado evidencias documentadas del uso del cine en el aula como metodología ni una correlación con la mejora en el rendimiento académico.

PALABRAS CLAVE: cine / recurso didáctico / metodología educativa / aprendizaje basado en el cine / educación

* Máster en Cine, Televisión y Medios Interactivos por la Universidad Rey Juan Carlos, España (véase: <https://orcid.org/0000-0002-5839-9910>).

** Ph. D. en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, España (véase: <https://orcid.org/0000-0002-5869-3116>).

MOVIES AS AN EDUCATIONAL METHODOLOGY. A SYSTEMATIC LITERATURE ANALYSIS FOR MOVIE-BASED LEARNING (MBL)

ABSTRACT. Using movies in the classroom is not a new proposal, but it is mostly used as an educational resource and not as a methodology capable of conducting learning so that it could be considered as an educational methodology by itself: movie-based learning (MBL). Starting this transformation requires studying the state of the art to look for previous experiences in which movies have been used in the classroom. Through a systematic literature review (articles and books published both in Spanish and English in the last twenty years) on the use of movies in the classroom, an approach to documented teaching practices was made to determine their distinctive features. Neither documented evidence on the use of movies in the classroom as a methodology nor a correlation with the improvement of students' academic performance were found.

KEYWORDS: movies / educational resource / educational methodology / movies-based learning / education

O CINEMA COMO METODOLOGIA EDUCACIONAL. REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA PARA A APRENDIZAGEM BASEADA NO CINEMA (ABC)

RESUMO. O uso do cinema na sala de aula não é uma proposta inédita, mas na maioria das vezes é utilizado como um recurso didático e não como uma metodologia capaz de transmitir uma aprendizagem e, desse modo, poder ser considerada uma metodologia educacional em si mesma: aprendizagem baseada no cinema (ABC). Iniciar essa transformação exige estudar o estado da arte na procura de experiências anteriores no uso do cinema em sala de aula. Através de uma revisão sistemática da literatura realizada sobre os artigos e livros publicados em espanhol e inglês, nos últimos vinte anos, que abordam o uso do cinema em sala de aula, é feita uma abordagem das práticas docentes documentadas para estabelecer quais são os traços distintivos que as caracterizam. Não foram encontradas evidências documentadas do uso do cinema em sala de aula como metodologia ou correlação com a melhoria do desempenho acadêmico.

PALAVRAS-CHAVE: cinema / recurso didático / metodologia educacional / aprendizagem baseada no cinema / educação

INTRODUCCIÓN

Conseguir que los estudiantes logren un aprendizaje significativo en algunas áreas de conocimiento es una tarea complicada para los docentes, sobre todo cuando lo que se tiene que asimilar es un concepto abstracto. Para conseguir este objetivo, se propone el cine como metodología pedagógica. Como recurso, se viene utilizando desde hace muchos años y ha sido objeto de múltiples propuestas para su aplicación en las clases de todas las etapas educativas. Se pueden señalar muchas experiencias que relatan el uso del cine en diferentes áreas de conocimiento, desde las ciencias naturales hasta la historia, pasando por las matemáticas, el derecho, la medicina o la filosofía. Sin embargo, en muy pocas ocasiones, se plantea el uso del lenguaje cinematográfico para vehicular un aprendizaje. Es decir, cambiar la forma de usar el cine como un recurso didáctico para convertir el lenguaje cinematográfico en una metodología educativa.

La alfabetización mediática como marco

Desde una perspectiva histórica, debemos enmarcar el desarrollo de estas propuestas dentro de un concepto más amplio que es el de alfabetización mediática (*media literacy*), definido como “las competencias, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permiten a los ciudadanos utilizar con eficacia y seguridad los medios”, y que aportan “el pensamiento crítico necesario para discernir, analizar realidades complejas y reconocer la diferencia entre opiniones y hechos” (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2018), así como la educomunicación (Aparici, 2011; Aguaded, Hernando Gómez y Pérez, 2012; Gálvez *et al.*, 2017).

En ese marco, en España, ya en 1985, el Ministerio de Educación y Cultura puso en marcha el Proyecto Mercurio, que entre sus objetivos buscaba “desarrollar en profesores y alumnos la capacidad de descodificar y producir mensajes audiovisuales, aprovechando las posibilidades comunicativas y expresivas del video en el proceso de enseñanza y aprendizaje” (MEC, 1988, p. 27). En la primera década del nuevo siglo, los programas Internet en la Escuela e Internet en el Aula supusieron un nuevo impulso (Gértrudix *et al.*, 2007), que permitió el desarrollo de contenidos educativos digitales para la enseñanza del lenguaje cinematográfico, como MEDIA Cine (CNICE, 2008) para educación secundaria y bachillerato o el proyecto Mekos para educación primaria (CNICE, 2007).

Por su parte, la Unión Europea desarrolló entre los años 2007 y 2013 los programas MEDIA y MEDIA Mundus (Comisión Europea, 2018), que implicaron un fuerte impulso para la educación en medios (Aguaded, 2013). Además, elaboró un cuerpo de recomendaciones (Comisión Europea, 2009) y financió diferentes investigaciones y grupos de trabajo dirigidos a cuestiones como el desarrollo de un marco de alfabetización mediática o el análisis del papel de la alfabetización fílmica (Directorate-General for Education,

Youth, Sport and Culture, 2013). Recientemente ha puesto en marcha un ambicioso plan dentro del Programa Europa Creativa (Comisión Europea, 2019), que es una nueva oportunidad para el impulso de la alfabetización mediática y fílmica, y que ofrece un espacio para el planteamiento de transformar la forma de usar el cine en el aula: de ser visto como un recurso didáctico a convertirlo en una metodología educativa.

Experiencias educativas en el aula

Para iniciar esta transformación, es necesario llevar a cabo un exhaustivo análisis del estado del arte que permita documentar las experiencias previas en las que se haya usado el cine en las aulas. Así podremos hacer una aproximación al tipo de uso que los docentes realizan de este medio expresivo dentro del aula.

Las experiencias disponibles son muchas y muy variadas. En España, las encontramos en diferentes etapas educativas, como los ejemplos en secundaria, de Guerra (2004) o García (2005), pero también en la universidad, como los de García y Hernández (2013) o García (2013). Muchas de estas investigaciones toman como referencia los trabajos de Fernández Sebastián (1998), pero mucho antes Blanco (1975) reveló que la carencia de uso del cine en las aulas universitarias se debía a que en los colegios no se había introducido este recurso, y, cuando se hizo, fue de forma oficiosa y no oficial; por su parte, Ruiz-Rubio (1994) había establecido la utilidad del cine de ficción para la labor pedagógica, encontrando argumentos más que “suficientes para justificar la inclusión del cine en los proyectos curriculares”. De hecho, en esta década de los noventa salen a la luz diversas experiencias referentes al uso del cine en las aulas, en las que se apunta a la necesidad de una formación adecuada del profesorado para que sea capaz de analizar el contenido audiovisual y diseñar su empleo pertinente dentro de las programaciones didácticas (Gispert, 1995).

A nivel internacional, existen muchas referencias de estas experiencias; por citar solo algunos ejemplos, podemos señalar a Mateus (2017) o a Cambra *et al.* (2017), así como los enfoques pedagógicos que defienden el papel de la escuela para establecer un modelo de análisis crítico-cultural que escape de las tendencias o contenidos dominantes, como la de Bergala (2007).

Se trata, en todos los casos, de aportaciones que parten, como se detalla a continuación, de perspectivas diversas, a veces complementarias y otras antagónicas, pero que valorizan la integración del cine en los procesos de aprendizaje y su impacto en la configuración, no solo de imaginarios colectivos al servicio de los sistemas de información cultural (SIC), sino como verdaderos aparatos culturales que son capaces de transferir conocimientos profundos de la realidad social (Ahumada Barajas, 2012).

Aproximaciones al uso del cine en el aula

Las motivaciones que promueven el uso de contenido audiovisual dentro del aula también son variadas. Según algunos estudios, como el de Dark (2005), el uso de las películas fomenta el pensamiento creativo y, además, supone una ayuda visual para el aprendizaje. Es importante ahondar en este concepto porque, siguiendo las aportaciones de O'Connor y McDermott (1997), citados por Velázquez *et al.* (2007), el nivel de percepción de los sentidos se puede resumir en la tabla 1.

Tabla 1
Nivel de percepción de los sentidos

Técnica de contacto	Nivel de percepción
Visual: vista	75 %
Auditivo: oído	13 %
Corporal: tacto	6 %
Olfativo: olfato	4 %
Gustativo: gusto	2 %

Fuente: O'Connor y McDermott (1997), citados por Velázquez *et al.* (2007)

Según estos autores, el 88 % de nuestro nivel de percepción se concentra en lo audiovisual; de hecho, nuestra percepción es eminentemente visual, de forma que el cine se convierte en una herramienta muy potente para conseguir un aprendizaje significativo. En esta línea, Benasayag (2017) hace una reflexión muy interesante sobre las posibilidades pedagógicas de las imágenes que avalan el uso del cine en el aula; igualmente, Deleuze (1994) plantea aportes sobre el potencial que tienen las imágenes en movimiento para el pensamiento.

Cabe señalar que a partir de la adolescencia “toda la energía del alumno se orienta hacia los procesos superiores de pensamiento y aprende a aplicar a su estudio el razonamiento, el pensamiento crítico, la creatividad y la elaboración de las respuestas de forma eficaz” (Martín-Lobo y Rodríguez Fernández, 2015, p. 24), por lo que un aprendizaje basado en el cine (ABC) puede ser una opción para aumentar el nivel de percepción y fomentar los procesos superiores de pensamiento.

Además, los procesos de identificación que llegamos a conseguir gracias al lenguaje cinematográfico, como explica González Requena (2006), pueden servir para ayudarnos a construir un aprendizaje experiencial (Kolb, 1984) que contribuya a fijar los conceptos que se estén tratando en el aula en ese momento. Esta identificación no solo nos sirve para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes, sino que también puede ser una fuente de motivación, lo que pone de relieve el “poder de la educación mediática” (Ferrés, 2014).

Existen propuestas en las que se usan con propósitos pedagógicos los medios audiovisuales creados por los propios estudiantes, tal como relata Leandro (2001) o como sucede en el proyecto Minuto Lumiere, que plantea una pedagogía centrada en la creación (Mastandrea y Guerra, 2019), aunque son minoritarias.

También encontramos aproximaciones, como los estudios de Calvert *et al.* (2007), que son contrarias a introducir medios audiovisuales en el aula, ya que se trataría de un medio pasivo. A su juicio, va en contra de las teorías de aprendizaje activo porque es un sistema de una sola vía y el estudiante no participa. Además, consideran que los estudiantes no lo perciben como un medio didáctico, sino como una forma de relajación y entretenimiento. No es un estudio aislado; podemos encontrar que algunos profesores de historia consideran que el cine es “un fantasma que amenaza los dominios de la ciencia histórica, haciendo que el gran público se conforme con historietas más o menos espectaculares, en vez de con la historia con mayúsculas” (De Pablo, 2001). Algunos autores señalan que las películas falsifican la historia y, por tanto, no creen que su uso en el aula sea beneficioso para su labor docente (Rodríguez, 2005). Otra sombra de sospecha que planea sobre el uso del cine en el aula es la motivación del profesorado para usarlo, puesto que “en casi todas las experiencias prima el uso del filme más como pretexto que como texto” (Pla Valls, 2010). Esto quiere decir que, en muchos casos, poner una película en el aula no tiene una motivación pedagógica intrínseca, sino que responde a otras casuísticas relacionadas con períodos de ampliación al final de curso, ausencia de un profesor o intervalos entre evaluaciones, es decir que muchas veces podría usarse para rellenar huecos y no como un medio de aprendizaje en sí.

Sin embargo, estos estudios obvian un componente muy importante: que el lenguaje cinematográfico y el audiovisual, por extensión, forman parte ineludible de la experiencia cotidiana de nuestros estudiantes, por lo que la exposición a las múltiples pantallas construye, inevitablemente, aprendizajes no formales que tienen un extraordinario peso en su forma de percibir y relacionarse con la realidad. El período de confinamiento al que la sociedad española se ha visto sometida en el 2020 ha amplificado esta exposición a los relatos audiovisuales. Según los paneles de CNMC, durante este tiempo, el consumo de contenidos en las plataformas OTT¹ a través de sistemas VoD² ha aumentado significativamente. Así, las suscripciones a estos servicios, que en el 2015 eran algo anecdótico y llegaron al 38 % en el 2019, han experimentado un crecimiento exponencial. Según un estudio de Reelgood (Santos, 2020), desde el 2 de marzo al 13 de abril del 2020 ha aumentado la actividad en las plataformas SVoD³ un 157 %, como se puede observar en la figura 1.

1 *Over the top*, que ofrece contenidos de video a través de internet.

2 *Video on demand*, que ofrece contenidos bajo demanda.

3 *Subscription video on demand*, que ofrece suscripción a un catálogo que se puede consumir bajo demanda.

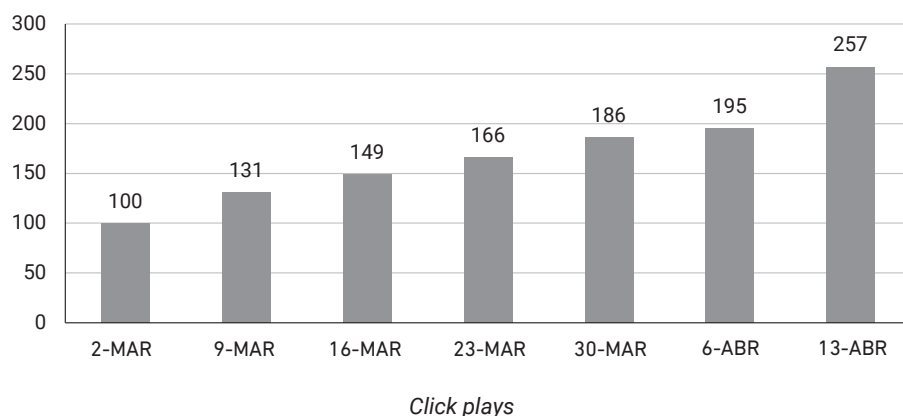


Figura 1. Aumento del uso de las plataformas SVoD

Elaboración propia a partir de los datos de Reelgood (Santos, 2020)

A esto se debe sumar el aumento del consumo de minutos de video en un 46,59 %, según la encuesta de hábitos y prácticas culturales en España de MCUD (2015, 2019), en detrimento de los minutos de televisión, cuya tendencia no solo ha continuado en ascenso, sino que ha sufrido un incremento muy pronunciado, como revela el estudio de Barlovento Comunicación (2020). En él se puede confirmar cómo los minutos en los que se usa la televisión para otros contenidos no propiamente televisivos crecieron significativamente en el mes de marzo y se dispararon durante el mes de abril del 2020.

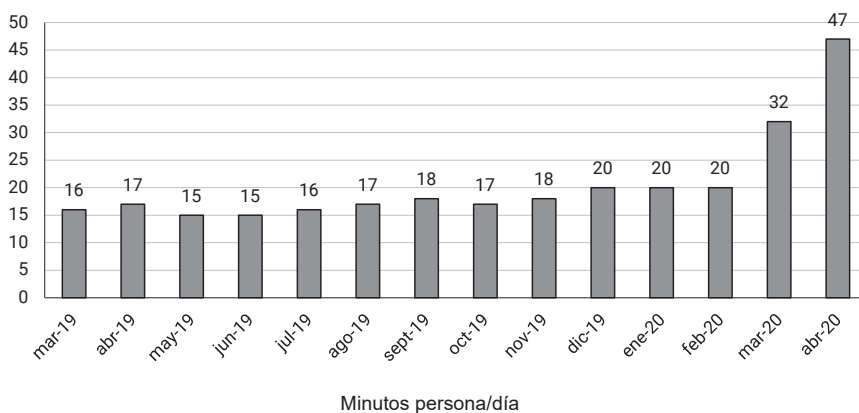


Figura 2. Minutos de televisión consumidos para otros usos

Elaboración propia a partir de los datos de Barlovento Comunicación (2020)

Con estos datos, podemos confirmar que el lenguaje cinematográfico sobre el que se construyen los productos audiovisuales no solo es una forma más de comunicación para nuestro público objetivo, los estudiantes, sino que es la principal. El lenguaje audiovisual les es cercano y cotidiano, por lo que se convierte en un medio muy eficaz para aproximarnos a nuestro alumnado, aumentar su motivación y mejorar el rendimiento académico.

METODOLOGÍA

Objeto

El objeto de estudio es el cine desde su dimensión educacional, con la finalidad de examinar si los estudios publicados en la literatura científica muestran que es utilizado como metodología en las aulas de distintas etapas educativas y cuáles son los resultados de dicho uso.

Objetivos, preguntas de investigación y técnicas de investigación

Se ha llevado a cabo una revisión sistemática de la literatura (SLR) con el objetivo de identificar los estudios sobre el uso del cine como metodología docente. La SLR es un recurso que sirve para identificar, comprender y evaluar la información disponible sobre un campo de investigación durante un período de tiempo. Atendiendo a la metodología establecida por Higgins y Green (2006), Kitchenham (2004) y el Centre for Reviews and Dissemination de York University (2009), el estudio se ha desarrollado en tres fases:

Fase 1. Planificación

En la primera fase, se definió la estrategia de búsqueda en las bases de datos tomando las decisiones pertinentes para orientarla. La búsqueda se ha realizado a partir de un conjunto de preguntas que sirven para la elaboración del protocolo para la revisión:

-  Cu ntos estudios hay sobre la aplicación del cine como metodología educativa?
-  En qué etapas educativas se ha puesto en práctica esta metodología educativa?
-  C mo ha evolucionado el rendimiento académico de los estudiantes cuando se ha puesto en práctica?

La selección de los estudios para revisar se ha guiado por los siguientes criterios:

- Bases de datos: inicialmente se seleccionaron WoS y Scopus. Debido a que el número de referencias recuperadas fue limitado, se amplió la búsqueda en las bases de datos Crossref y Google Scholar. Según el estudio de Martín-Martín *et al.* (2021), la superposición de los resultados de estas bases de datos

garantizaría una aproximación adecuada a la muestra de análisis.

- Palabras clave: los términos seleccionados han sido *cine* (*cinema, ciné*) y *metodología* (*methodology, méthodologie*).

También se han establecido algunos criterios de exclusión:

- Ventana temporal: desde el 2000 hasta el 2019.
- Idioma: español, inglés y francés. Durante la extracción de resultados, aquellos que se han encontrado en portugués se han incorporado al análisis.
- Tipo de documento: se han eliminado las referencias que no corresponden al campo de la educación, al igual que las que no tratan de forma explícita el cine, las relacionadas con educación no formal, las citas y reseñas de otros estudios, y la literatura gris.

Fase 2. Conducción

Para llevar a cabo esta fase, se utilizó la herramienta Publish or Perish. Aplicando los criterios de exclusión y siguiendo las decisiones que han pautado la búsqueda, se llevaron a cabo 12 búsquedas (las dos palabras clave en los tres idiomas elegidos y en las cuatro bases de datos seleccionadas). Luego se realizó el filtrado para eliminar los duplicados y los tipos de documentos que respondían a los criterios de exclusión. En esta fase se ha intentado dar respuesta a la primera pregunta que ha orientado la revisión, referida a cuántos estudios hay sobre la aplicación del cine como metodología educativa. El listado final ofreció un total de 161 referencias, que constituyen la muestra de análisis.

Fase 3. Informe de resultados

Para proceder con el análisis, se elaboró un formulario (ver el anexo), adaptado del Cuestionario para el Análisis Sistemático de Literatura (Modelo SLR Ciberimaginario) (Gértrudix *et al.*, 2018), para procesar y sistematizar la información, que posteriormente se analizará para extraer conclusiones. Las respuestas a ese formulario se han ajustado a un vocabulario controlado (lista normalizada de temas y de identificadores) propuesto por UNAM, IISUE (2017). En el formulario se han recogido los datos para intentar dar respuesta a las otras dos preguntas que han orientado la revisión: ¿en qué etapas educativas se ha puesto en práctica esta metodología educativa? ¿Cómo ha evolucionado el rendimiento académico de los estudiantes cuando se ha puesto en práctica?

RESULTADOS

Al fijar las decisiones para pautar la búsqueda, se puso de manifiesto que no sería posible usar solamente Scopus y WoS como fuentes de información, ya que el número de referencias que se encontraron eran muy limitadas, por lo que se decidió incluir también los resultados de otras bases de datos: Google Scholar y Crossref. De esta forma, la cantidad de estudios por analizar aumentó considerablemente. De hecho, en el siguiente gráfico se puede observar que la inmensa mayoría de las referencias seleccionadas proceden de Google Scholar.

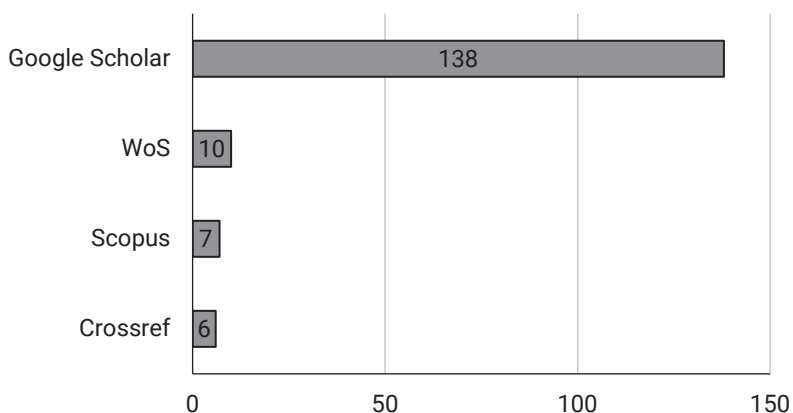


Figura 3. Distribución de referencias por base de datos

Elaboración propia

Aun ampliando la búsqueda en más bases de datos, la mayoría de los resultados obtenidos han sido en español. En los demás idiomas, el número de resultados ha sido menor, por lo que es posible que la traducción literal de los términos no sea la más adecuada en este contexto y haya que realizar la búsqueda recurriendo a otras palabras clave que puedan utilizarse en estudios de referencia internacional en este ámbito, especialmente en la literatura anglosajona.

El 72,67 % de los estudios analizados corresponden a los 10 últimos años. Esto demuestra que hay una clara tendencia en el interés de los docentes por introducir el cine en las aulas, especialmente en la enseñanza universitaria. Tal como se puede observar en la figura 4, el número de estudios llevados a cabo en la enseñanza universitaria es muy superior al del resto de las etapas educativas, siendo educación infantil y primaria las que presentan menos referencias. La explicación a este hecho puede ser la escasa motivación que tienen los docentes de enseñanza no universitaria para publicar o hacer investigaciones y publicaciones académicas; la universidad, su estructura y recursos, es el lugar donde se realizan la mayoría de estas.

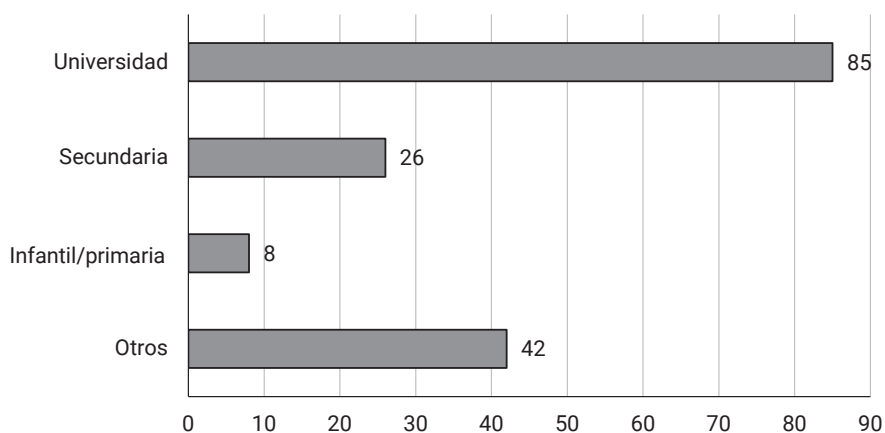


Figura 4. Distribución de referencias por etapa educativa

Elaboración propia

Si analizamos el número de citas, los resultados arrojan datos muy interesantes, que se pueden observar en la figura 5. El 72,67 % de las referencias tienen menos de 10 citas, lo que nos indica que son artículos con muy poco impacto.

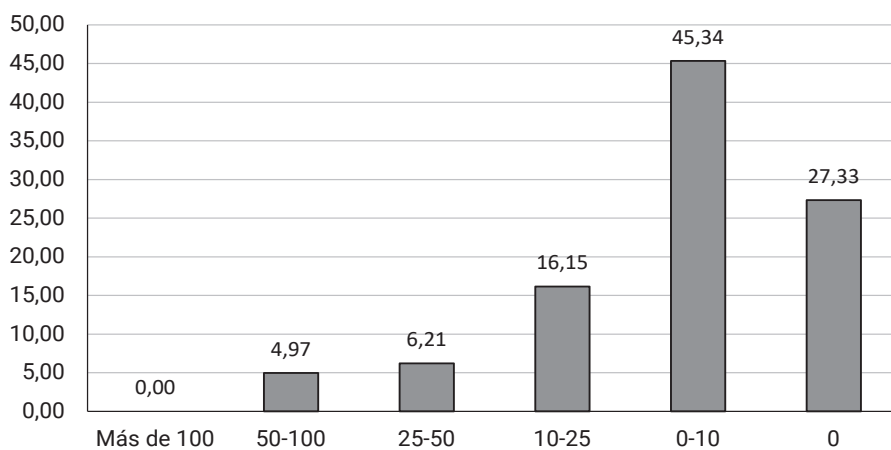


Figura 5. Número de citas por referencia

Elaboración propia

El escaso impacto de estos estudios puede estar relacionado con el tipo de investigación que han llevado a cabo. En el formulario de recojo de información, la variable tipo de investigación tomaba los siguientes valores: descriptiva, comparativa, analítica,

explicativa y participativa. Solo el 15,53 % de los estudios han llevado a cabo uno de esos tipos de investigación. El 55,28 % expone propuestas de uso en el aula y el 18 % plantea el uso del cine como recurso didáctico. Sin embargo, no hay apenas investigaciones que demuestren la relación entre el uso del cine y otras variables como el rendimiento académico o la adquisición de conceptos abstractos, sino que se limitan a exponer la experiencia y a valorarla a través de cuestionarios de opinión que contestan los estudiantes tras haber llevado a cabo la actividad propuesta. Para añadir el tipo de investigación al que se refiere cada artículo, se ha utilizado el vocabulario controlado propuesto por UNAM, IISUE (2017).

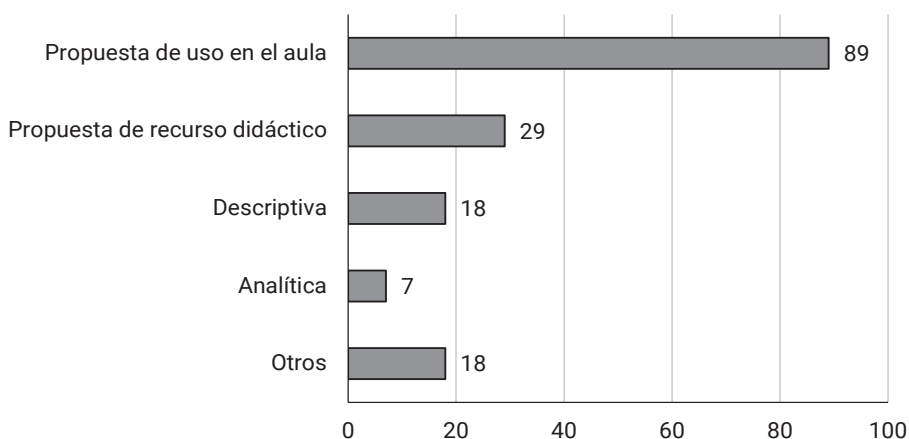


Figura 6. Distribución de referencias por tipo de investigación

Elaboración propia

Esto nos lleva al tipo de uso que se hace de los contenidos audiovisuales en las aulas. Se puede observar en la figura 7 que en el 88 % de los estudios analizados el cine se ha empleado como recurso. Solamente en un 7 % de ellos se plantea como metodología de aprendizaje. Es decir, el uso del cine en las aulas se propone como una actividad puntual o como un complemento, pero no como una metodología educativa que sirva para vehicular el aprendizaje.

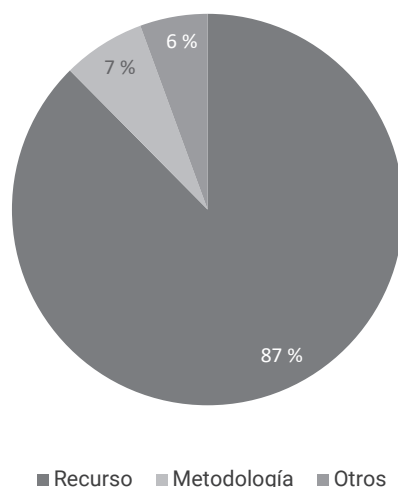


Figura 7. Tipo de uso del cine en el aula

Elaboración propia

Hay una amplia diversidad en los abordajes disciplinares desde los que se realizan estos estudios. Así, encontramos propuestas desde la perspectiva del derecho, de la medicina, la historia, la microbiología y la investigación, y no faltan estudios que lo que proponen es un acercamiento interdisciplinar de las bondades de este recurso, lo que nos lleva a reflexionar sobre la transversalidad que nos ofrece el cine en el aula.

La mayoría de estas propuestas hablan de experiencias concretas que describen una actividad que se ha puesto en práctica por parte del profesorado. Se estudia y evalúa la experiencia específica, pero no es extrapolable a otras circunstancias ni contextos. Y a pesar de que encontramos movimientos como el que promueve la revista *Medicina y Cine* de la Universidad de Salamanca para la divulgación del uso del cine con fines educativos, estos trabajos no llevan a cabo estudios experimentales en los que se ahonde en la comparación o en la correlación para justificar la elección de este recurso.

También se encuentran muchas referencias que son programaciones didácticas de una asignatura concreta, mientras que otras hablan de las bondades del cine y su aplicación pedagógica sin especificar el ámbito de conocimiento ni la etapa educativa en la que se desarrollan. Por tanto, se hace muy complicado poder tomar estas propuestas como punto de partida para promover una metodología educativa basada en el cine.

Estas características muestran que el tipo de documento más analizado no ha tenido la forma de artículo académico o de investigación al uso, a pesar de ser documentos oficiales (programaciones didácticas, por ejemplo).

DISCUSIÓN

El análisis de los resultados permite extraer las siguientes conclusiones. La primera es que la mayoría de los estudios analizados versan sobre aplicaciones docentes del cine dentro del aula, pero no encontramos un análisis posterior de esas experiencias, a lo sumo, encuestas de opinión de los propios estudiantes. Se observa una falta de investigación sistemática y rigurosa que incida en la relación del medio audiovisual con un aprendizaje significativo. Estos estudios se basan, en su mayor parte, en dar cuenta de una experiencia concreta y el análisis, cuando lo hay, suele estar centrado en encuestas de opinión para que los estudiantes valoren el recurso, pero no ofrecen información sobre si hay un aumento en su rendimiento académico. Por ello, se vuelve necesario un mayor número de investigaciones que incluyan esos ítems para poder valorar su utilidad y eficiencia.

Este limitado alcance puede ser la causa de que sean artículos con poco impacto; es decir, se citan poco y, por tanto, no llegan ni sirven de referencia para la comunidad docente, lo que provoca que muchas de esas propuestas sean similares y no se mejoren o se amplíen con el tiempo. Tampoco se toman como punto de partida para investigaciones futuras.

La mayoría de las referencias analizadas dan cuenta de experiencias llevadas a cabo en el ámbito universitario. Este hecho puede deberse a que las experiencias en otras etapas educativas no se publican, debido a que la formación de esos docentes no incluye tareas de investigación, o bien porque los incentivos son menores o no tienen la estructura necesaria para hacerlo. Por ello, otra propuesta de investigación podría ser cuán extendido está el uso del cine en las aulas, pero tomando muestras significativas en todas las etapas educativas, no solo en la universitaria. De esa forma se podrá extraer información de la presencia real de este recurso en la educación. Lo que se ha explorado en esta revisión de la literatura no se corresponde con la expansión del recurso entre la comunidad docente, porque hay etapas educativas que están subrepresentadas y, además, no se puede saber con exactitud cuán extendido se encuentra el uso del cine en las aulas.

Ninguna de estas investigaciones despeja la duda sobre si se trata de un medio que genera distracción en los estudiantes, tal como apuntaban Calvert *et al.* (2007). En todas ellas conocemos la opinión de los estudiantes que han realizado la actividad, pero no la percepción que tiene el profesorado sobre el uso del cine en el aula. Podría ser que coincidan también en verlo como una distracción y, por ello, no lo utilicen de una forma sistemática y recogida en sus programaciones docentes. De hecho, el análisis que se lleva a cabo, en la mayoría de las referencias analizadas que lo contienen, se basa en encuestas de opinión en las que se hace hincapié en si los estudiantes consideran que ha sido un recurso eficaz para alcanzar los objetivos propuestos y si creen que les ha

ayudado a consolidar conocimientos. Esta preocupación por la opinión del alumnado, y que sean ellos mismos los que confirmen su utilidad, puede responder al calado que tienen algunas de las opiniones que se pueden leer en De Pablo (2001). Sin embargo, al no realizar un estudio experimental en el que se confirme el efecto del cine sobre el rendimiento académico o el hecho de que se referencien de forma mayoritaria únicamente actividades puntuales confirma lo que ya desvelaba Pla Valls (2010) en relación con el uso del cine como recurso, porque la mayoría de los docentes lo emplea en actividades cuyo peso en la ponderación en el total de la evaluación es muy escasa.

Parece que rellenar huecos o tratar contenidos transversales que se escapan del temario principal de la asignatura sigue siendo el uso mayoritario del cine entre los docentes, aspecto que ya trataban de superar los programas institucionales de mediados de los años ochenta (MEC, 1988). Aunque esto es algo que se podría confirmar mediante una futura investigación en la que se analicen las prácticas docentes y la percepción del uso del cine en las aulas por parte del profesorado, y que describa, además, el uso que hacen estos docentes del medio audiovisual, así como la percepción y valoración sobre la utilización de este recurso por el resto del profesorado. En este estudio se ha demostrado que la mayor parte de su uso está relacionado con actividades puntuales o complementarias y en muy pocas ocasiones se ha utilizado como metodología docente, lo que confirma que es una línea de investigación que se debe explorar.

A pesar de que el 72,67 % de los estudios corresponden a los 10 últimos años, esto no demuestra que su uso sea continuado en el tiempo y esté consolidado, pues podría tratarse de actividades puntuales de innovación. Es cierto que se observa una tendencia ascendente en la introducción del cine en las aulas, pero no sabemos la continuidad de esas actividades ni sus posibilidades de extenderse en otros ámbitos.

Estas conclusiones evidencian la falta de experiencia metodológica sobre el uso del cine en las aulas. Es decir, el aprendizaje basado en el cine (ABC) no está documentado como metodología, lo que responde a una de las cuestiones que motivan este estudio, y, por tanto, se abre una línea de investigación en la que se intentará demostrar que es un elemento capaz de conseguir que los estudiantes aumenten su rendimiento académico, así como facilitarles la adquisición de conceptos abstractos. Así, se concluye que el cine no es solo un recurso didáctico, sino que puede ser una metodología de aprendizaje que es posible sistematizar y extrapolar a todos los ámbitos docentes.

Para proponer la aplicación de esta metodología se requiere comprobar, en primer lugar, las experiencias previas del uso del cine en las aulas, para lo cual se ha llevado a cabo el presente estudio.

Las conclusiones nos permiten comprobar que, a pesar de que el cine está presente en las aulas de todas las etapas educativas, no se usa como metodología de aprendizaje, sino únicamente como recurso. Esto nos abre nuevas vías de trabajo orientadas al diseño

y validación de un método específico que desarrolle el ABC (aprendizaje basado en el cine) como metodología didáctica que facilite el aprendizaje de conceptos abstractos que son nuevos para el alumnado.

Esta línea de investigación, que contempla la evaluación de un protocolo de intervención en el aula, así como la de los instrumentos de recogida de información, nos llevará a establecer si los estudiantes son capaces de analizar, entender y producir información relacionada con los conceptos abstractos que se hayan programado en los objetivos. Mediante la validación del método por expertos, se procederá a realizar un modelo con un diseño experimental, gracias al cual se pueda comprobar si existe correlación entre la metodología y el aprendizaje significativo, recabando información sobre el nivel de adquisición de los conceptos a través de los instrumentos de recogida que hayan sido verificados.

REFERENCIAS

- Aguaded, J. I. (2013). El Programa "Media" de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (40), 7-8.
- Aguaded, J. I., Hernando Gómez, Á., y Pérez, M. A. (2012). Pantallas en la sociedad audiovisual: edu-comunicación y nuevas competencias. *Comunicação e Sociedade*, 21, 217-230.
- Ahumada Barajas, R. (2012). El nuevo escenario mediático y la reformulación de los estudios de recepción. *Quórum Académico*, 9(1), 11-29.
- Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Gedisa.
- Barlovento Comunicación. (16 de abril del 2020). *Análisis. Otros usos y consumos del televisor. Abril 2020*. <https://www.barloventocomunicacion.es/informes-barlovento/analisis-otros-usos-y-consumos-del-televisor-abril-2020>
- Benasayag, A. (2017). La hipótesis de la cinefilia docente. El cine de ficción en la escuela media argentina. *Revista Digital do LAV*, 10(2), 56-78. doi: 10.5902/1983734827504
- Bergala, A. (2007). *La hipótesis del cine. Pequeño tratado sobre la transmisión del cine en la escuela y fuera de ella*. Laertes.
- Blanco, J. L. (1975). El cine en las aulas. *Padres y Maestros / Journal of Parents and Teachers*, (48), 22-26.
- Calvert, B., Casey, B., Casey, N., French, L., y Lewis, J. (2007). *Television studies: the key concepts*. Routledge.

- Cambra, I., Mastandrea, P., Paragis, M. P., Tomas, A., González, F., y Michel, J. J. (2017). Cine aplicado a la psicología: el abordaje ético-clínico de las tecnologías de reproducción humana asistida. *Premio Facultad de Psicología*, 11-39.
- Centre for Reviews and Dissemination (Ed.). (2009). *Systematic reviews. CRD's guidance for undertaking reviews in health care*. CRD, University of York.
- CNICE (MEC). (2007). *Proyecto Mekos: integración curricular de los medios de comunicación social en educación primaria*. <http://ares.cnice.mec.es/mcs/>
- CNICE (MEC). (2008). *MEDIA Cine*. <http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). (2019). *Panel de hogares del tercer trimestre de 2019*. <http://data.cnmc.es/datagraph/>
- Comisión Europea. (2009). *Commission Recommendation of 20 August 2009 on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society*. <http://data.europa.eu/eli/reco/2009/625/oj>
- Comisión Europea. (23 de abril del 2018). Programa MEDIA (2007-2013). https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/previous-programmes/media_es
- Comisión Europea. (1 de junio del 2019). Europa Creativa. https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_es
- Dark, M. L. (2005). Using science fiction movies in introductory Physics. *The Physics Teacher*, 43, 463-465.
- De Pablo, S. (2001). Cine e historia: ¿la gran ilusión o la amenaza fantasma? *Historia Contemporánea*, 22, 9-28.
- Deleuze, G. (1994). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Paidós.
- Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission). (2011). *Testing and refining, criteria to assess media literacy levels in Europe: final report*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4cbb53b5-689c-4996-b36b-e920df63cd40/language-en>
- Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission). (2013). *Screening literacy: executive summary*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cbc5f0fb-3a04-4b44-898b-8b61b0b1c520/language-en>
- Fernández Sebastián, J. (1998). *Cine e historia en el aula*. Akal.
- Ferrés, J. (2014). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Gedisa.
- Gallardo-Camacho, J. (13 de mayo del 2020). Las nuevas audiencias en tiempos de coronavirus. *The Conversation*. <https://theconversation.com/las-nuevas-audiencias-en-tiempos-de-coronavirus-137347>

- Gálvez, M. d. C., Gértrudix, M., y García, F. (2017). Educomunicación: un marco teórico para la alfabetización mediática en la enseñanza. En E. Said Hung y F. J. Durán Ruiz (Eds.), *Educación, participación y escenarios digitales: debates sobre la mediación digital en el siglo XXI* (pp. 71-77). Comares.
- García, F. (2005). Star Trek: un viaje a las leyes de la dinámica. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 2(1), 79-90.
- García, L., y Hernández, P. (2013). El uso del cine en la enseñanza de la psiquiatría: una propuesta metodológica. *Ética y Cine Journal*, 3(3), 55-61.
- García, S. (2013). La materia Cine y publicidad en los estudios sobre Publicidad y Relaciones Públicas. Propuesta de planificación y metodología docente. *Historia y Comunicación Social*, 18(Esp.), 119-131.
- Gértrudix, M., Álvarez, S., Galisteo, A., Gálvez, M. d. C., y Gértrudix, F. (2007). Acciones de diseño y desarrollo de objetos educativos digitales: programas institucionales. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 4(1), 14-25.
- Gértrudix, M., Rajas-Fernández, M., y Gértrudix, F. (2018). Cuestionario para el Análisis Sistemático de Literatura (Modelo SLR Ciberimaginario) (Versión 1). *Zenodo*. doi: 10.5281/zenodo.3663317
- Gispert, E. (1995). El cine como objeto y materia de estudio: la experiencia de Drag Màgic. *Comunicar*, 5, 69-72.
- González Requena, J. (2006). *Clásico, manierista, postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood*. Castilla Ediciones.
- Guerra, C. (2004). Laboratorios y batas blancas en el cine. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 1(1), 52-63.
- Higgins, J., y Green, S. (Eds.). (2006). *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions 4.2.6*. <https://training.cochrane.org/handbook/archive/v4.2.6>
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews*. Keele University: *Technical Report TR/SE-0401 and NICTA Technical Report 0400011T.1*. <https://goo.gl/wQcMaS>
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Leandro, A. (2001). Da imagem pedagógica à pedagogia da imagem. *Comunicação & Educação*, (21), 29-36.
- Martín-Lobo, P., y Rodríguez Fernández, A. (2015). La intervención desde la base neuropsicológica y metodologías que favorecen el rendimiento escolar. En P.

- Martín-Lobo (Coord.), *Procesos y programas de neuropsicología educativa* (pp. 14-33). Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones; Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Martín-Martín, A., Thelwall, M., Orduna-Malea, E., y Delgado, E. (2021). Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus, Dimensions, Web of Science, and OpenCitations' COCI: a multidisciplinary comparison of coverage via citations. *Scientometrics*, 126(1), 871-906. <https://arxiv.org/abs/2004.14329>
- Mastandrea, P., y Guerra, N. (2019). El Minuto Lumiere como modo de crear en el aula universitaria. Comunicación presentada en el *XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia*. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires.
- Mateus, J. C. (2017). Las teleseries también educan. Una defensa de las ficciones televisivas como dispositivos de aprendizaje. En G. Cappello (Ed.), *Ficciones cercanas. Televisión, narración y espíritu de los tiempos* (pp. 179-195). Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Ministerio de Cultura y Deporte (MCUD). (2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/presentacion.html>
- Ministerio de Cultura y Deporte (MCUD). (2019). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/ehc/2018-2019/presentacion.html>
- Ministerio de Educación y Cultura de España (MEC). (1988). *Proyectos Atenea y Mercurio. Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (P. N. T. I. C)*. Secretaría de Estado de Educación. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/d/21621/19/0>
- O'Connor, J., y McDermott, I. (1997). *Lenguaje corporal*. Plaza & Janés.
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (14 de noviembre del 2018). Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de noviembre de 2018 por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado. <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

- Pla Valls, E. (2010). *Historia en el cine, cine en la historia*. https://www.cinehistoria.com/historia_en_el_cine.pdf
- Rodríguez, F. (2005). *El cine cambia la historia*. Rialp.
- Ruiz-Rubio, F. (1994). Cine y enseñanza. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (3), 74-80. doi: 10.3916/C03-1994-10
- Santos, M. (8 de mayo del 2020). SVOD and AVOD streaming service performance during social distancing [mensaje en un blog]. <https://blog.reelgood.com/svod-and-avod-streaming-service-performance-during-social-distancing>
- UNAM, IISUE. (2017). Vocabulario controlado. *Perspectivas Docentes*, 28(63). <http://revistas.ujat.mx/index.php/perspectivas/article/view/2647>
- Velázquez, S., Díaz, J. J., y Velásquez, R. (2007). La ergonomía cognitiva; accedando a la percepción visual-auditivo-corporal. *Ergonomía Ocupacional: Investigaciones y Aplicaciones*, 1, 218-238.

ANEXO

FORMULARIO DE ANÁLISIS

Sección 1: Diseño

1. Referencia:
2. DOI/URL:
3. Año:
4. Número de citas:
5. Base de datos:
 - a. Crossref
 - b. Google Scholar
 - c. WoS
 - d. Scopus
 - e. Otra
6. Idioma:
 - a. Español
 - b. Inglés
 - c. Francés
 - d. Portugués
 - e. Otro
7. Objeto de estudio nivel 1:
8. Objeto de estudio nivel 2: Uso
 - a. Recurso
 - b. Metodología
 - c. Otro
9. Objeto de estudio nivel 2: Etapa educativa
 - a. Infantil/primaria
 - b. Secundaria
 - c. Universidad
 - d. Otro

10. Objeto de estudio nivel 2: Disciplina

11. ¿Qué tipo de investigación es?

- a. Descriptiva
 - i. Categorizar
 - ii. Caracterizar
 - iii. Clasificar
 - iv. Definir
 - v. Describir
 - vi. Detallar
 - vii. Detectar
 - viii. Diagnosticar
 - ix. Estudiar
 - x. Identificar
 - xi. Enumerar
 - xii. Especificar
 - xiii. Otro
- b. Comparativa
 - i. Asociar
 - ii. Asemejar
 - iii. Comparar
 - iv. Contrastar
 - v. Determinar
 - vi. Diferenciar
 - vii. Otro
- c. Analítica
 - i. Analizar
 - ii. Criticar
 - iii. Descomponer
 - iv. Establecer
 - v. Otro

d. Explicativa

- i. Analizar
- ii. Criticar
- iii. Descomponer
- iv. Establecer
- v. Otro

e. Participativa

- i. Actuar
- ii. Intervenir
- iii. Modificar
- iv. Participar
- v. Otro

12. ¿Cuáles son las hipótesis?
13. ¿Cuál es el universo de estudio?
14. ¿Qué tipo/técnicas/métodos de muestreo utiliza?
- a. Estructural
 - b. Intencionales o de conveniencia
 - c. Probabilístico
 - d. Significativas de la población
 - e. Otro
15. ¿Cuál es el tamaño de la muestra?

Sección 2: Recogida de información

1. ¿Cuántos tipos de técnicas de recogida de información hay?
- a. 1
 - b. 2 o más
2. ¿Cuál es la técnica de recogida de información dominante?
- a. Entrevistas
 - b. Encuestas
 - c. Experimentos

- d. Documentos
 - e. Observaciones
 - f. Conversaciones
 - g. Otra
3.  Cu l es la técnica de recogida de información principal? Entrevistas
- a. Delphi
 - b. Grupos de discusión
 - c. Entrevistas individuales
 - d. Entrevista focalizada
 - e. No consta
 - f. Otra
4.  Cu l es la técnica de recogida de información principal? Encuestas
- a. Encuesta de actitud
 - b. Encuesta de opinión
 - c. No consta
 - d. Otra
5.  Cu l es la técnica de recogida de información principal? Experimentos
- a. Experimentos de campo
 - b. Experimentos de grupo
 - c. Experimentos de sujeto
 - d. No consta
 - e. Otra
6.  Cu l es la técnica de recogida de información principal? Documentos
- a. Análisis de contenido
 - b. Análisis de discurso
 - c. Análisis documental
 - d. No consta
 - e. Otra
7.  Cu l es la técnica de recogida de información principal? Observaciones
- a. Autoobservaci n

- b. Observación sistemática
 - c. Observación participante
 - d. No consta
 - e. Otra
8. ¿Cuál es la técnica de recogida de información secundaria?
- a. Entrevistas
 - b. Encuestas
 - c. Experimentos
 - d. Documentos
 - e. Observaciones
 - f. Conversaciones
 - g. Otra
9. ¿Cuál es la técnica de recogida de información secundaria? Entrevistas
- a. Delphi
 - b. Grupos de discusión
 - c. Entrevistas individuales
 - d. Entrevista focalizada
 - e. No consta
 - f. Otra
10. ¿Cuál es la técnica de recogida de información secundaria? Encuesta
- a. Encuesta de actitud
 - b. Encuesta de opinión
 - c. No consta
 - d. Otra
11. ¿Cuál es la técnica de recogida de información secundaria? Experimentos
- a. Experimentos de campo
 - b. Experimentos de grupo
 - c. Experimentos de sujeto
 - d. No consta
 - e. Otra

12.  Cu l es la técnica de recogida de información secundaria? Documentos
 - a. Análisis de contenido
 - b. Análisis de discurso
 - c. Análisis documental
 - d. No consta
 - e. Otra
13.  Cu l es la técnica de recogida de información secundaria? Observaciones
 - a. Autoobservaci n
 - b. Observación sistemática
 - c. Observación participante
 - d. No consta
 - e. Otra
14.  C mo son los datos obtenidos?
 - a. Datos primarios numéricos
 - b. Datos primarios no numéricos
 - c. Datos secundarios numéricos
 - d. Datos secundarios no numéricos
15.  Cu l es la naturaleza de los datos?
 - a. Datos cuantitativos continuos
 - b. Datos cuantitativos discretos
 - c. Datos cualitativos binarios
 - d. Datos cualitativos categoricos
16.  C mo se han obtenido esos datos?
 - a. Datos declarados
 - b. Datos observados
 - c. Datos experimentales
 - d. Modelos o simulaciones
 - e. Otro

Sección 3: Análisis

1. ¿Qué teorías se referencian?
2. ¿Cuántos tipos de técnicas de análisis se utilizan?
 - a. 1
 - b. 2 o más
3. ¿Cuál es el tipo de análisis principal que se realiza?
 - a. Cualitativo
 - b. Cuantitativo
 - c. No consta
4. ¿Qué tipo de análisis estadístico o matemático se realiza en función del número de variables?
 - a. Univariable
 - b. Bivariable
 - c. Multivariable confirmatorio
 - d. Multivariable exploratorio
5. ¿Qué tipo de análisis cualitativo se realiza?
 - a. Inducción analítica
 - b. Teoría fundamentada
 - c. Semiótico–estructural
6. ¿Qué tipo de análisis univariable se realiza?
7. ¿Qué tipo de análisis bivariable se realiza?
8. ¿Qué tipo de análisis multivariable confirmatorio se realiza?
 - a. Componentes principales
 - b. Regresión múltiple
 - c. Correlaciones canónicas
 - d. Discriminante
 - e. Factorial
 - f. Varianza
 - g. Covarianza
 - h. Senderos (*path*)

- i. Log-lineal
 - j. Sistemas
 - k. Otro
9.  Qu  tipo de análisis multivariable exploratorio se realiza?
- a. Clústers
 - b. Correspondencias
 - c. Estructura latente
 - d. Escalonamiento multidimensional
 - e. Otro
10.  Cu l es el tipo de análisis secundario que se realiza?
- a. Cualitativo
 - b. Cuantitativo
 - c. No consta
11.  Qu  tipo de análisis estadístico o matemático se realiza en función del número de variables?
- a. Univariable
 - b. Bivariable
 - c. Multivariable confirmatorio
 - d. Multivariable exploratorio
12.  Qu  tipo de análisis cualitativo se realiza?
- a. Inducción analítica
 - b. Teoría fundamentada
 - c. Semiótico-estructural
13.  Qu  tipo de análisis univariable se realiza?
14.  Qu  tipo de análisis bivariable se realiza?
15.  Qu  tipo de análisis multivariable confirmatorio se realiza?
- a. Componentes principales
 - b. Regresión múltiple
 - c. Correlaciones canónicas
 - d. Discriminante

- e. Factorial
 - f. Varianza
 - g. Covarianza
 - h. Senderos (*path*)
 - i. Log-lineal
 - j. Sistemas
 - k. Otro
16. ¿Qué tipo de análisis multivariable exploratorio se realiza?
- a. Clústers
 - b. Correspondencias
 - c. Estructura latente
 - d. Escalonamiento multidimensional
 - e. Otro

LA TELENVELA BRASILEÑA Y MIJAÍL BAJTÍN: EXTRAPOSICIÓN, AUTORÍA Y GÉNEROS DISCURSIVOS EN ANÁLISIS

ANDERSON LOPES DA SILVA*

Grupo de Investigación en Lenguaje y Discurso de los Medios
Universidad de São Paulo
anderlopps@gmail.com

Recibido: 18/11/2020 Aceptado: 5/3/2021

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n035.4972>

RESUMEN. Este ensayo aborda los conceptos de extraposición, autoría y géneros discursivos en el estudio de las telenovelas brasileñas. El melodrama *Cordel encantado* [*Cuento encantado*], producido y exhibido en el 2011 por la Rede Globo de Televisão, en Brasil, es el objeto empírico de análisis. A su vez, la lectura bajtiniana direcciona la discusión conceptual entre los principios de exceso de visión, autor-creador, autor-persona y géneros discursivos secundarios (todos ellos estudiados dentro del ámbito de la ficción televisiva). Como consideración final, es posible afirmar que el dialogismo de Mijaíl Bajtín (cuando está específicamente reubicado dentro de los medios masivos) revela cómo las ideas de autoría y discurso se resignifican en el complejo tejido melodramático de la telenovela brasileña.

PALABRAS CLAVE: telenovela, discurso, dialogismo, hibridación, *Cordel encantado*

THE BRAZILIAN TELENVELAS AND MIKHAIL BAKHTIN: AN ANALYSIS OF OUTSIDENESS, AUTHORSHIP, AND SPEECH GENRES

ABSTRACT. This essay discusses the concepts of outsidership, authorship, and speech genres in the study of Brazilian telenovelas (soap operas). Its empirical object of analysis is *Cordel Encantado* (*The Enchanted Tale*), a melodrama produced and exhibited

* Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de São Paulo, Brasil (véase: <https://orcid.org/0000-0002-4865-4201>).

in 2011 by Rede Globo de Televisão in Brazil. Furthermore, Mikhail Bakhtin's thinking is conducted by the conceptual tension of excess of seeing, author-creator, author-person, and secondary speech genres (analyzed within the scope of television fiction). Finally, it is possible to affirm that Mikhail Bakhtin's dialogism (when specifically relocated inside mass media) reveals how the ideas of authorship and discourse are resignified in the complex melodramatic fabric of the Brazilian telenovela.

KEYWORDS: telenovela / discourse / dialogism / hybridization / *Cordel Encantado*

A TELENÓVELA BRASILEIRA E MIKHAIL BAKHTIN: EXOTOPIA, AUTORIA E GÊNEROS DISCURSIVOS EM ANÁLISE

RESUMO. Este ensaio aborda os conceitos de exotopia, autoria e gêneros discursivos no estudo das telenovelas brasileiras. O melodrama *Cordel Encantado*, produzido e exibido em 2011 pela Rede Globo de Televisão, no Brasil, é o objeto empírico de análise. Por sua vez, a leitura bakhtiniana direciona a discussão conceitual entre os princípios de excesso de visão, autor-criador, autor-pessoa e gêneros discursivos secundários (conceitos estes que são estudados dentro do âmbito da ficção de TV). Como consideração final, é possível afirmar que o dialogismo de Mikhail Bakhtin (quando realocado especificamente dentro dos meios massivos de comunicação) revela como as ideias de autoria e discurso se resignificam no complexo tecido melodramático da telenovela brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: telenovela / discurso / dialogismo / hibridização / *Cordel Encantado*

INTRODUCCIÓN

La telenovela brasileña es la materialización de un proceso comunicativo abundante, complejo y representativo de las matrices culturales que forman el tejido social nacional. Desde sus inicios, en la década de los cincuenta (con la obra *Sua vida me pertence*, TV Tupi, 1951) y, con más fuerza, desde *Beto Rockefeller* (TV Tupi, 1968), la telenovela brasileña no solo es parte de la memoria afectiva y simbólica del público que la ha acompañado por generaciones seguidas, sino que, además, también ha sido objeto de estudio académico muy pertinente para la comprensión de la nación brasileña en sus contradicciones políticas, económicas, sociales y culturales.

Junto al reconocido “modelo brasileño” de producción, discutido por autores como Martín-Barbero (2009), Mazziotti (1993), Santa Cruz (2003) y Borkosky (2016), el formato industrial, adquirido por el *modus faciendi* de nuestra teledramaturgia, entra diariamente en los hogares de miles de brasileños. Una telenovela que, al combinar los procesos de proyección e identificación en los sujetos que la consumen, también es “amada y odiada” con la misma intensidad por académicos y estudiosos del tema. Es decir, la telenovela provoca posiciones polarizadas en un sentido claro de cómo las diferencias entre “apocalípticos e integrados”, en palabras de Umberto Eco, sigue todavía latente en los espacios de investigaciones académicas. Kehl (1986) afirma:

Cotidiana y doméstica, [la telenovela] se convirtió en ese período [1970] en la principal forma de producir la imagen ideal del hombre brasileño. Más específicamente, las telenovelas de las 8 p. m., de Rede Globo, consideradas las más completas y más vistas en la televisión brasileña, cumplieron en la década de 1970 —cuando comenzaron a modernizarse y afirmarse con una estética realista— el papel de ofrecer un espejo glamuroso a los brasileños desarraigados que perdieron su identidad cultural, de forma más cercana a la realidad de su deseo que a la realidad de su vida, y que por eso mismo funcionó como elemento modelador de una nueva identidad, identidad brasileña, identidad-de-los-brasileños, quizás la más parecida a una identidad que este país ya ha tenido. (p. 289)

Treinta y cinco años después de la publicación de Kehl (1986), todavía es posible ver que autores como Lopes y Lemos (2020), Schiavoni (2021) y Lemos y Rocha (2021) destacan la relevancia de las telenovelas para la sociedad brasileña en cuanto a la formación de una memoria e identidad nacionales. Como señalan Lopes y Lemos (2020), incluso en tiempos del *streaming*, la televisión sigue con fuerza y la telenovela brasileña, en particular, reverbera sus contenidos tanto en la emisión televisiva original como en las formas de consumo que van a internet y redes sociales. La fuerza del discurso televisivo hoy se ve, por ejemplo, en el sector financiero, que aún comprende a la audiencia de la telenovela brasileña como un gran escaparate para exhibir sus productos y servicios en cadena nacional (Lopes y Lemos, 2020, p. 88).

Así, este artículo propone una lectura de la telenovela brasileña desde el pensamiento dialógico de Mijaíl Bajtín¹, representado en los conceptos de extraposición, autoría y géneros discursivos. Se tiene en cuenta la dificultad de esta tarea, en particular, debido a la idea ya desgastada de que tales concepciones solo podrían ser analizadas en el campo de la literatura o en el estudio de la novela, un prejuicio, generalmente, irrazonable (Brait, 2008, p. 91). No solo es posible pensar en el dialogismo bajtiniano en los medios actuales, sino que es necesario hacerlo para comprender cuestiones fundamentales como la estética televisiva, la cultura televisiva, la imaginación melodramática y la hibridación cultural en las investigaciones sobre telenovelas (Ribeiro y Silva, 2014). Intelectuales brasileñas y brasileños como Maria de Lourdes Motter (*in memoriam*), Maria Cristina Palma Mungioli, Daniela Jakubaszko e Igor Sacramento, entre otros, son ejemplos de investigadores que utilizan el marco teórico-metodológico bajtiniano para estudiar las materialidades empíricas de la telenovela brasileña, en particular, y de la teledramaturgia (en otros formatos como series y miniseries), en su conjunto.

Las discusiones mantenidas por estos autores y autoras están, en gran parte, en deuda con los esfuerzos de otros intelectuales que han creado el puente entre los estudios bajtinianos y la comunidad académica, más allá del idioma ruso. Así, los búlgaros Julia Kristeva (1941), con "Bakhtine, le mot, le dialogue, le roman" (1967), y Tzvetan Todorov (1939-2017), con *Mikhail Bakhtine: le principe dialogique* (1981), se encargaron de introducir y traducir el pensamiento de Bajtín al mundo occidental. Con el dominio de los idiomas ruso y francés, estos autores también fueron los responsables de traducir y crear neologismos basados en términos (relacionados o no) del vocabulario bajtiniano, por ejemplo, extraposición, intertextualidad, translingüística, etcétera (traducciones y neologismos que no siempre son consensuados o bien aceptados en el universo académico), como explican Vauthier y Cátedra (2003). Además de ellos, la investigadora francófona y rusófona Marina Yaguello (1944), con la traducción de *Le marxisme et la philosophie du langage* (1978), también ha sido responsable por difundir el trabajo de Bajtín/Volóshinov y llevarlo al entorno intelectual occidental (Souza, 2002, pp. 51-53; Zbinden, 2006, p. 12; Sériot, 2015, pp. 22-23). Incluso en Brasil, la recepción de los escritos bajtinianos se produjo, inicialmente, a través de traducciones al francés, ya que, en el contexto fuertemente anti-comunista del régimen dictatorial que se vivió en el país entre 1964 y 1985, en muchas ocasiones, "un autor soviético solamente podía ser leído en la traducción occidental" (Schneiderman, 1983, p. 9).

1 Este trabajo optó por respetar la ortografía original de las traducciones de la lengua española y portuguesa para el nombre del filósofo ruso Михайл Михайлович Бахт́ин (1895-1975). Por lo tanto, en el transcurso de este artículo, el lector encontrará la ortografía *Mijaíl Bajtín* al hablar del autor en un contexto de discusión dentro del texto y también encontrará la ortografía *Mikhail Bakhtin* al referirse a las citas que fueron extraídas de las obras del autor traducidas al portugués brasileño. Lo mismo sucede con Валенти́н Никола́евич Во́лошинов (1895-1936): Valentín Volóshinov (en español) y Valentin Volóchinov (en portugués).

De este modo, con la intención de continuar la tradición de estudiar la telenovela brasileña partiendo de las bases del pensamiento de Mijaíl Bajtín, este artículo propone pensar en el dialogismo bajtiniano como una posición teórica que orienta las discusiones en el campo de los estudios de televisión. Para ilustrar empíricamente esta discusión, se coloca a la telenovela *Cordel encantado* (en español, *Cuento encantado*) como el objeto donde se expresan tales lecturas bajtinianas (pero vale la pena mencionar que la matriz analítica de Bajtín es readaptable a cualquier narrativa serial de ficción en la televisión y no solamente al trabajo señalado en este estudio). Esta telenovela, que cumple diez años en el 2021, tuvo una audiencia exitosa y una óptima repercusión en la crítica especializada, además de fomentar la investigación académica en el campo de la comunicación, como demuestran los análisis de Aires (2013) y Silva (2015).

Del mismo modo, este artículo toma el principio bajtiniano de extraposición como posicionamiento metodológico en la relación entre el investigador y su objeto investigado. Por tanto, la extraposición se concibe como el movimiento de distanciamiento-acercamiento del analista que, por medio del exceso de visión, tiene un campo extendido de observación sobre el objeto empírico que estudia (en este caso, la telenovela brasileña). Como posiciones analíticas, a su vez, se ponen en escena cuestiones de autoría (especificadas en la distinción entre autor-persona y autor-creador) para comprender las peculiaridades del tejido teledramatúrgico de *Cordel encantado*. Finalmente, con un menor grado de importancia analítica, los debates en torno a los géneros discursivos (con un enfoque en la comprensión de los géneros discursivos secundarios) también se abordan en este artículo.

EL DIALOGISMO BAJTINIANO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: POSICIONAMIENTO TEÓRICO

Considerar el diálogo como un tejido organizado y estructurado que forma parte de la naturaleza histórica del ser humano nos lleva a entenderlo como el instrumento que transforma la realidad en la lectura del mundo y de la palabra. En este sentido, Mijaíl Bajtín muestra que el papel del lenguaje está basado principalmente en una constitución dialógica. Sus ideas sobre la humanidad y la vida están marcadas por el principio dialógico, que constituye la existencia humana, según el cual la interacción entre sujetos es el principio fundacional, tanto del lenguaje como de la conciencia. Por tanto, el significado y la significación de los signos dependen de la relación entre sujetos y se construyen en la interpretación de los enunciados.

Para Bajtín, el uso del término *diálogo* no es solamente una mera técnica conversacional o una evolución temático-discursiva capaz de revelar puntos de vista y cosmovisiones:

El diálogo, en el sentido más estricto del término, es, por supuesto, una de las formas más importantes de interacción verbal, pero no la única. Así, la palabra *diálogo* puede entenderse en un sentido amplio, es decir, no solo como la comunicación en voz alta de las personas cara a cara, sino como toda comunicación verbal de cualquier tipo. (Bakhtin, 2004, p. 123)

El concepto de dialogismo está, por tanto, en el espacio de interacción entre los sujetos y, como tal, se encuentra el significado atribuido por Bakhtin (2000) al “otro” como relevante en la constitución del significado y en el hecho de que ninguna palabra es la nuestra, sino que trae consigo la perspectiva de otra voz. Es decir, cuando entendemos los medios de comunicación como géneros discursivos secundarios (concepto que será explicado más adelante en este artículo), podemos ver que la construcción de las narrativas televisivas, por ejemplo, está intercalada por voces sociales, o sea, por los valores axiológicos presentes en la sociedad. Y, más allá de los medios, es a través de las mediaciones sociales y de las repercusiones de los contenidos mediáticos entre los destinatarios de una obra que la otredad se hace aún más evidente.

En otras palabras, la comunicación apenas puede existir a partir de relaciones intersubjetivas e interindividuales de sujetos socialmente organizados (por tanto, sujetos involucrados en una unidad social). Según Bakhtin (2004), la conciencia individual sola no puede explicar nada, sino que, por el contrario, debe explicarse ella misma desde el medio ideológico y social. Como afirma el intelectual ruso, solamente a partir de la separación de los fenómenos ideológicos de la conciencia individual podemos conectarlos a las condiciones y a las formas de comunicación social para, a partir de ahí, comprender las materialidades dialógicas del lenguaje. “La existencia del signo no es más que la materialización de esta comunicación y la conciencia individual no es el artífice de esta superestructura ideológica, sino solo un inquilino del edificio social de los signos ideológicos” (Bakhtin, 2004, p. 36).

Es precisamente en la palabra donde se muestran mejor las formas generales básicas e ideológicas de la comunicación de masas. La palabra acompaña a todo acto ideológico. Los procesos de comprensión de todos los fenómenos ideológicos (una pintura, una telenovela, un ritual, un comportamiento humano) no pueden operar sin la participación del discurso interno². Esto no significa, por supuesto, que la palabra pueda

2 Según Hartmann (2007), para Bajtín: “[...] el autodiálogo o incluso el discurso interno [son los] nombres que se le dan al mismo fenómeno discursivo del habla interna, el hablar consigo mismo. Ningún ser humano, en su relación con el lenguaje, escapa a este fenómeno que, de hecho, a lo largo de la vida, es mucho más frecuente que el habla externa. El problema es que se trata de un fenómeno con el que estamos familiarizados, pero que es imposible analizarlo directamente, porque no produce material concreto a nivel del lenguaje. Este hecho no descarta la relación de este fenómeno con el lenguaje. Por tanto, lo que podemos analizar es solo la representación del discurso interno y no el discurso interno en sí” (p. 81).

suplantar a cualquier otro signo ideológico (Bakhtin, 2004, 2000). Así, queda claro que, incluso con la participación del discurso interno, el proceso no puede ocurrir individualmente, sino en su interlocución entre pares. De esta forma, el lenguaje nunca se usa de manera vaga, sino en un contexto histórico y social donde se interpenetran la enunciación, las condiciones de la comunicación y las estructuras sociales.

De esta forma, al analizar una telenovela, como se hace en este trabajo, nunca podremos desvincular tal ejercicio del contexto de su producción, de la construcción de su mensaje y, desde una perspectiva más especulativa, de las formas de recepción y circulación cultural de este producto mediático. Como dice Machado (2008), pensar en el dialogismo desde los medios de comunicación no es solo transportar formulaciones de un ámbito (como el estudio de la novela) a otro. Al contrario, se trata de redimensionar tales conceptos a través de encuentros y diálogos interculturales, es decir, reelaborar dialógicamente el pensamiento. En el caso de la televisión, la autora la presenta como un “enunciado concreto de comunicación mediatizada” y, desde la perspectiva aquí abordada, analizar la telenovela de esta manera es entenderla en el ámbito comunicativo de la cultura donde todo repercute en todo y donde las formas culturales viven en las “fronteras”, generando así elementos híbridos (Machado, 2008, p. 162).

LA TELENOVELA BRASILEÑA *CORDEL ENCANTADO*: POSICIONAMIENTO DEL OBJETO EMPÍRICO

La telenovela *Cordel encantado* fue producida por la Rede Globo de Televisão entre el 11 de abril y el 23 de septiembre del 2011, exhibida a las 6 p. m. en la parrilla de programación. Con la autoría de Thelma Guedes y Duca Rachid, la obra contó con un total de 143 capítulos. Constituida con un tono de fábula, la historia se desarrolla en lugares ficticios como Seráfia (un reino europeo medieval lejano) y Brogodó (una ciudad típica de la provincia brasileña, del característico *sertão* de la región Nordeste del Brasil). Como dice Xavier (2011), la unión de dos mundos imaginarios tan distintos demostró ser una elección más que acertada por parte de los autores, ya que:

La unión de estos imaginarios estuvo representada por el amor entre la amable y pobre muchacha (Açucena/Aurora), una princesa de una casta real europea, pero criada como una *cabocla brejeira* por una pareja de campesinos, y un joven del interior, un verdadero *sertanejo* (Jesuíno), que, a su vez, no es reconocido como el hijo legítimo del *cangaceiro* (un ambiguo tipo de bandido) más temido y respetado de la región. Cuando la familia real llega de Europa, en busca de la heredera al trono, el amor de Açucena/Aurora y Jesuíno se ve amenazado. (párr. 5)

Otro punto relevante para entender la historia son los procesos de hibridación que impregnan la narrativa y la convierten en una trama particular en medio de tantas otras telenovelas brasileñas. Por tanto, pensar en la hibridación es pensar en la mezcla y en

el mestizaje como procesos intrínsecos a la cultura y a la comunicación. Sin embargo, más que lidiar con fusiones, acomodaciones, criollizaciones, sincretismos, traducciones y adaptaciones, pensar en la hibridación es pensar también en sus resultados, en sus consecuencias e impactos (Silva, 2015). En lugar de entender la hibridación solo como la posibilidad del mestizaje, pensar de forma híbrida implica mayores exigencias de aquellos que pretenden entenderla como un proceso vivo y en constante cambio. Requiere cierto malestar, poca linealidad y el abandono de conclusiones que caen en meras relaciones de causa y efecto. Uno de estos requisitos es precisamente reconocer los elementos que componen la hibridación, es decir, elementos de su metaconstrucción y contexto, para que, solamente después, se enumeren los elementos resultantes de la mezcla, los elementos *sui generis* que surgen del proceso.

Es interesante notar que el estudio de la telenovela solo comenzó a ser visto con mayor seriedad dentro de los espacios académicos luego del paulatino desarrollo de la escuela latinoamericana de comunicación (especialmente debido a la presencia de la teoría de las mediaciones como uno de los hilos rectores de los estudios culturales latinoamericanos). Es decir, es después de esta renovación epistemológica en el continente que la mirada metodológica se ha movido de un lugar donde estaban presentes términos como “la manipulación, la masa amorfa y el espectador acrítico”, a otro lugar donde las posibilidades de “apropiación y resignificación” por parte del espectador ganaron importancia en las discusiones entre comunicación, cultura y política (Martín-Barbero, 2009).

Lopes y Mungioli (2012) explican que en el tejido melodramático de *Cordel encantado* “[...] el discurso híbrido de la cultura oral en el país construyó una trama cautivadora basada en dos importantes matrices narrativas de la cultura brasileña: la literatura de cordel³ y la telenovela” (p. 158). Y añaden que “[...] *Cordel encantado* nos enreda con la polisemia y plasticidad semiótica del texto audiovisual en un mundo de ficción con referencias directas e indirectas” a las diversas hibridaciones narrativas y culturales (p. 158). Y aquí la hibridación cultural se entiende, por concepto de García Canclini (2011), como el “[...] colapso de categorías y pares de oposición fijos”, es decir, las formas en que los elementos culturales se fusionan y producen “culturas híbridas” produciendo “géneros impuros” (p. 283).

En esta obra hay una polisemia que va de la mano de las matrices culturales y los formatos industriales de la literatura cordel y la telenovela. Así, fue a partir de la

3 La literatura de cordel, según investigadores *brasilianistas* como Luyten (2000) y Curran (2009), puede entenderse, básicamente, como la producción de largos poemas narrativos denominados *romances*, *causos* o historias, que se imprimen en publicaciones seriadas o folletos de 32 o, raramente, 64 páginas. Estas obras hablan de amores, sufrimientos y aventuras, casi siempre, en un tono de heroísmo. Aunque está presente en muchas partes de Brasil, es en la región del Nordeste brasileño donde la literatura de cordel se muestra como especialmente vivida.

formación de los personajes (arquetipos modulares) y la interdependencia entre ellos (elementos internos a la producción de sentido) que la narrativa serial de *Cordel encantado* pudo demostrar la hibridación cultural. Esto es, en esta ficción serial, el proceso de hibridación cultural tuvo lugar a partir del uso de elementos de la cultura popular (literatura de cordel, imaginario popular sobre *cangaço*⁴ brasileño, cuentos de hadas) y cultura erudita (referencias a la literatura francesa, elementos de la corte, mundo medieval) en una producción de cultura masiva (telenovela y sus narrativas lógicas), reelaborando los procesos de producción de sentido dentro de las materialidades dialógicas del lenguaje (Silva, 2015).

A través de las tramas que constituyen la narrativa del *Cordel encantado*, este artículo busca comprender cómo se configuran cuestiones de autoría y géneros discursivos, cómo se producen resignificaciones analíticas en el complejo tejido melodramático de la telenovela brasileña. Así, como posicionamiento metodológico, se coloca el concepto de extraposición como el punto de partida que establece las formas y relaciones entre el investigador y el objeto empírico investigado (en términos de aproximación, distancia y potencialidad de la mirada analítica).

EXTRAPOSICIÓN: POSICIONAMIENTO METODOLÓGICO

Al entrar en el campo de las reflexiones de Mijaíl Bajtín sobre la extraposición, es fundamental, en primer lugar, establecer que las bases de orientación de este pensamiento encuentran refugio en las formas de enlazar lo ético y lo estético como algo único para el autor. Un camino que, a lo largo de la trayectoria intelectual de Bajtín, se expresa como indisoluble y presente tanto en el proceso de construcción como en la lectura de las formas que el acabado estético adquiere sobre un objeto empírico.

Así, al pensar en la relación dialógica entre el yo y el otro en el mundo, Bajtín destaca un elemento muy peculiar en la relación de capturar la mirada de ese otro sobre mí y de mí sobre este otro. Señala que siempre habrá un exceso de la visión del otro sobre mí y de mí sobre el otro, de modo que yo nunca podré de manera global y totalizadora producir significado sobre sí mismo sin la contraparte del otro, este otro que tiene algo más, es decir, una visión en demasía, un exceso de visión.

4 El *cangaço* fue un complejo fenómeno de bandidaje del Nordeste de Brasil a finales del siglo XIX y principios del XX. Esta región de Brasil (el *sertão*) es conocida por su aridez y forma de vida dura, y en una forma de "bandidaje social" contra el gobierno, muchos hombres y mujeres decidieron convertirse en bandidos nómadas (*cangaceiros*), deambulando por el interior en busca de dinero, comida y venganza. Hasta hoy, las figuras de los *cangaceiros* son ambiguas: hay quienes los ven como villanos y quienes los ven como verdaderos héroes populares en el folclore brasileño (Proença, 1976; Cascudo, 1988).

Este excedente constante de mi visión y mi conocimiento del otro está condicionado por el lugar que únicamente yo ocupo en el mundo: en este lugar, en este preciso momento, en un conjunto de circunstancias dadas, todos los demás están fuera de mí. La extraposición concreta que solo me beneficia a mí, y a todos los demás que me rodean, sin excepción, así como el excedente de mi visión que esta condiciona, en comparación con la de los demás [...]. (Bakhtin, 2000, p. 43)

“En consecuencia, lo que uno puede ver no es accesible para el otro y viceversa. Lo inaccesible no es, sin embargo, inexistente, de ahí la comprensión de Bajtín” del exceso de visión, a través de la relación dialógica, posibilitando algo que es capturado por una parte sobre otra en una relación de convivencia, explica Machado (2010, p. 277). Por tanto: “El otro que está fuera de mí es el que puede dar una imagen acabada y el acabado [estético] que, para Bajtín, es una especie de regalo del artista a su retratado”, afirma Amorim (2006, p. 97).

Por esta razón, el término *extraposición* cobra sentido en este artículo a partir de la idea de una postura (espacio-tiempo) del investigador en relación con su objeto investigado. “La contemplación estética y un acto ético no pueden abstraer el hecho de que el sujeto de este acto y la contemplación artística ocupan un lugar concreto y único en la existencia”, destaca Bakhtin (2000, p. 44). Es decir, el excedente de visión opera aquí como un gesto extraposicionado en el que el investigador se acerca a su trabajo, modelándolo, fragmentándolo, analizándolo y reconstituyéndolo en una forma de verlo más allá de las ideas puestas en escena y planteadas por los guionistas, productores, directores y todo el equipo de producción de la telenovela *Cordel encantado*.

Siguiendo este razonamiento, el término condensador de las ideas que explican la existencia de un excedente de visión es la palabra rusa *vnenakhodimost'*, acuñada por Bajtín y que, según Todorov (1984, p. 99), significa literalmente “encontrarse del lado de afuera” o, brevemente, como señala Bubnova (2000, p. 33), “encontrarse afuera”. Como uno de los primeros en llevar las discusiones bajtinianas a Occidente, Todorov traduce el término *vnenakhodimost'* al francés como *éxotopie*, una propuesta muy valiosa, según Amorim (2006), ya que, “desde el punto de vista de la enunciación y no de la lengua, la expresión forjada por Todorov es pertinente, porque sintetiza el significado que se produce en la obra de Bajtín, que es el de sentido de la ubicación de un *lugar externo*” (p. 96). En las traducciones al inglés, el término se convierte en *outsideness*, en italiano se lee como *extralocacità*, en portugués como *exotopia* y en español como *extraposición* (Bubnova, 2000, p. 33).

Para Machado (2010, pp. 277-278), el concepto de extraposición es controvertido, en gran medida, por las diversas interpretaciones y traducciones —consideradas como ejercicios metalingüísticos— que tiene la palabra *vnenakhodimost'*. Sin embargo, dice que, a pesar de las posibilidades truncadas de aplicar el término en función de la variabilidad de las traducciones, lo que no se puede perder de vista en la comprensión de

extraposición es “[...] la noción de movimiento, el mayor valor de la categoría bajtiniana que tanto une como separa [...]”. Bajtín organiza tal noción de movimiento (en el espacio-tiempo) de la siguiente manera:

El excedente de visión en relación con el otro individuo condiciona una determinada esfera de mi activismo exclusivo, es decir, un conjunto de esas acciones internas o externas que solo yo puedo practicar en relación con el otro, por debajo de las cuales son inaccesibles en el lugar que ocupa fuera de mí; tales acciones complementan al otro precisamente en aquellos elementos en los que él no puede completarse a sí mismo. (Bakhtin, 2000, p. 323)

En este sentido, Machado (2010) recuerda el entrelazamiento ético-estético propuesto por Bajtín al hacer el gesto extraposicionado como principio incorporado a sus concepciones de las relaciones arquitectónicas: “[...] me refiero a las formulaciones sobre el excedente de visión que Bajtín sitúa en el proceso de creación estética, particularmente del personaje” (p. 277). Esta particularidad, y no exclusividad, no excluye otros significados del término a mundos tan complejos como los presentados por Zoppi-Fontana (2005) al decir que el concepto de excedente de visión regresa insistentemente a los escritos bajtinianos y se utiliza para “[...] describir la relación entre el autor y los personajes de la novela, el yo y el otro en el evento comunicativo, el lector actual en relación con obras y culturas anteriores, y del científico (principalmente en las ciencias formales y naturales) frente al objeto de conocimiento” (p. 110). Más allá de la visión del científico de las ciencias naturales y su relación con la extraposición, Silva (2013) profundiza en la idea de que el excedente de visión:

Es, entonces, la diferencia entre dos miradas, entre dos puntos de vista. Tal movimiento también se puede observar en el trabajo de investigación (en ciencias humanas) en el que el investigador analiza el trabajo de otros sobre un determinado tema y trata de percibir la mirada de su sujeto sobre ese objeto investigado, volviendo a su “lugar exterior” para elaborar su texto (creación estética) sobre lo que logró plasmar en su investigación. En ese momento, para sintetizar lo que ve, el investigador utiliza sus valores, sus perspectivas, sus impresiones, su educación, para discutir lo que vio. (pp. 1-2)

Es decir, las voces aquí encontradas tienen en cuenta las formas en que la obra les afecta, o sea, qué y cómo la obra habla y se da a ver, a oír y a sentir para el investigador, siendo este último, sin embargo, el titular de un exceso de visión (analítica) que organiza estas voces y permite que los procesos de sentido sean inteligibles, además de los proyectados únicamente en el proceso original de exhibición, circulación y disfrute de la trama. Tal orquestación estética y ética de voces, permitida por el excedente de visión, hace posible al investigador el doble movimiento de acercarse y alejarse del objeto, empero, sin confundir las voces o incluso interferir en este proceso de análisis a tal punto que su propia voz analítica sea irreconocible o pierda la autoridad organizativa

sobre el texto analizado: "Es importante notar que este diálogo no es simétrico y aquí reaparece el concepto de extraposición. El investigador [en el contexto de las humanidades] debe intervenir desde su posición externa" (Amorim, 2006, p. 100). Por tanto, la intervención del investigador y su autoridad organizativa no se puede perder de vista, precisamente, porque hay que ver el exceso que constituye el excedente de visión como una ventaja y no como una desventaja analítica.

Finalmente, esta relación extraposicionada entre el investigador y el objeto de análisis se entiende como una relación compleja, llena de hilos dialógicos, esto es, una relación legítima entre el "yo" y el "otro". Algo que, en palabras de Bubnova (2000), es más que valioso para el pensamiento bajtiniano: "El mundo de las relaciones entre el yo y el otro es generador de los valores inherentes a su interacción: principio interpersonal de una futura noción de ideología, que posteriormente el filósofo plantearía llevando la problemática de la otredad hasta la dimensión social" (p. 18).

Así, bajo una visión macro, el problema de pesquisa (visto aquí como tema de interés) está vinculado a la comprensión de los procesos de producción de sentido (Bakhtin, 2000, 2004; Bajtín, 2019), leídos desde la perspectiva de los estudios de televisión con un enfoque en los conceptos de extraposición, autoría y géneros discursivos. El problema de investigación (visto aquí como la línea de análisis) coloca a la telenovela *Cordel encantado* como la centralidad del análisis, es decir, bajo una visión micro. Aquí el objetivo explícito es comprender la forma en que se observan los procesos de producción de sentido dentro de este melodrama desde los principios dialógicos del exceso de visión, autor-creador, autor-persona y géneros discursivos secundarios.

Por fin, la estrategia metodológica (entendida como el medio de aproximación y comprensión del objeto empírico de análisis) se basa en la tensión entre la literatura bajtiniana y sus comentaristas, reubicándolos en el campo de la ficción televisiva. En otras palabras, este ensayo se basa metodológicamente en la investigación bibliográfica y en la observación empírica de la dramaturgia televisiva brasileña, observación analítica que toma en cuenta las particularidades estéticas de la narrativa televisiva (Balogh, 2002; Lopes, 2009), las cuestiones de autoría entre autores y directores (Souza, 2004), y el estilo televisivo (Rocha, 2016) que impregna la telenovela brasileña. En términos prácticos, es posible ver el problema de pesquisa, el problema de investigación y la estrategia metodológica como una tríada que interconecta y orienta la visión académica sobre el estudio de las telenovelas brasileñas y los estudios bajtinianos (figura 1).

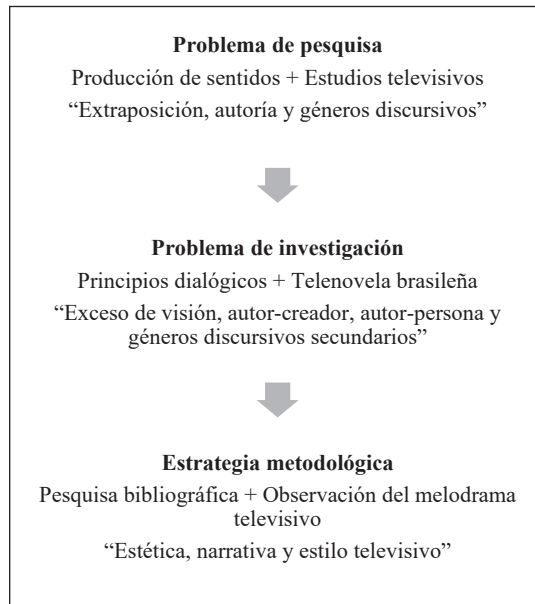


Figura 1. Problema de pesquisa, problema de investigación y estrategia metodológica

Elaboración propia

EL AUTOR-PERSONA Y EL AUTOR-CREADOR: POSICIONAMIENTO ANALÍTICO I

El concepto de autor y autoría en Mijaíl Bajtín siempre está impregnado de dialogismo, puesto que la notable visión de otredad en las interacciones entre individuos siempre se hará visible y necesaria. El debate sobre la cuestión de la autoría en la teoría bajtiniana, por tanto, se divide en autor-persona y en autor-creador, una división que dirige, a su vez, la futura comprensión del objeto estético bajo análisis.

El autor-persona es el ser físico, elemento del hecho ético y social de la vida (Faraco, 2008). Es el autor conocido, en una opinión común, como el que “escribe” la obra. En el caso de *Cordel encantado*, estos sujetos son las autoras Thelma Guedes y Duca Rachid. Sin embargo, en la discusión bajtiniana, el énfasis no está en la figura del sujeto-escritor, sino en la figura etérea del autor-creador. El autor-creador es una función estético-formal de la obra, es decir, una parte inmanente del todo artístico (el objeto estético). Una parte que sostiene y, por ende, crea y da forma a la obra. Esta concepción de la autoría no se basa en el individuo que escribe, sino en el elemento externo que permite crear los personajes, sus características y el mundo en el que viven.

Para intentar facilitar esta comprensión del autor-creador, es necesario visualizar dos formas de reflexión presentadas por Faraco (2008, p. 41): (1) Bajtín ve al autor-creador, en un principio, desde una posición axiológica (evaluativa) y que da unidad al conjunto artístico; y, un poco después, (2) el autor-creador es visto como la voz creativa (social) que también da unidad al conjunto artístico, pero, en esta visión, a partir de las voces sociales (heteroglosia) elegidas por el autor-persona.

La *primera conceptualización* sitúa al autor-creador como el responsable de crear una especie de “confrontación de mundos”; es decir, es su función, en el plano estético y en el acto creativo, confrontar el sistema de valores, normas, costumbres y tradiciones compartidas por la sociedad (el plano axiológico de la realidad vivida) con el sistema de valores propuesto dentro de la narrativa (el plano axiológico de la obra), o sea, los valores que delimitan los personajes y el carácter de cada uno de ellos, las situaciones, la resolución de problemas y el desarrollo de la historia. Desde esta perspectiva (en una mezcla de reflexión, refracción y reconstrucción de valores), y desde el autor-creador, el lector/espectador experimenta los dos planos axiológicos en contacto con la obra y, en consecuencia, reelabora nuevos mundos, nuevas axiologías.

En *Cordel encantado* es posible ver esto en la estructura arquetípica del cuadrilátero melodramático que está presente en esta telenovela; luego, en la narrativa sigue actuante el Justiciero (héroe), el Traidor (villano), la Víctima (chica dulce) y el Bobo (bufón) (Martín-Barbero, 2009, p. 168). Así, se puede poner a Jesuíno en la figura del Justiciero, a Timóteo como el Traidor, a Açucena/Aurora como la Víctima y, finalmente, al alcalde Patácio y la primera dama Ternurinha como representantes de la figura de los Bobos. Además de estos dos últimos personajes (que tienen un protagonismo más grande), se pueden encontrar muchos otros personajes en los papeles cómicos de Bobos como la reina madre Efigênia, el delegado Batoré, su hermana Neusa y su cuñado Farid, los amigos Quiquiqui y Setembrino, etcétera. Estos cuatro personajes centrales (Justiciero, Traidor, Víctima y Bobo) forman el cuadrilátero melodramático de esta telenovela, produciendo una mezcla de cuatro géneros intercambiables (la novela de acción, la epopeya, la tragedia y la comedia) que atraviesan toda la obra. En la telenovela en cuestión, el Justiciero se muestra como el personaje que, en el último momento, salva a la Víctima y castiga, finalmente, al Traidor. Su papel, en el transcurso de la trama, es mostrar los errores, revelar a todos la terrible cara del villano y dejar que “la verdad salga a la luz” (Martín-Barbero, 2009).

Esta visión del melodrama retratado en televisión, como heredero directo del folletín literario, tiene una conexión muy fuerte, por ejemplo, con los valores y roles sociales cristalizados y asignados a hombres y mujeres. La axiología de la realidad vivida (de forma muy discriminatoria) asume que, en un choque de género, le toca al buen hombre proteger, luchar contra el mal y acabar casándose con la mujer para formar una familia. Y

la mujer, esa figura siempre pasiva, frágil y que vive por ósmosis de su relación conyugal, es solo el espacio privado del hogar. En cuanto a la axiología del objeto estético, con leves matices, esta valoración se replica *ad infinitum* y forma parte de muchas telenovelas.

Sodré (2010) presenta informaciones que corroboran este pensamiento cuando dice que en la telenovela (como en el folletín del siglo XIX) aún persiste un pensamiento de construcción arquetípica y estructural de la idea de familia tradicional, patriarcal, a través de una ideología de falsa modernización de la vida mediante el consumo de bienes comerciales, culturales y simbólicos. Esto, a su vez, acerca la telenovela (como un “romance familiar”) a la comunidad y a las masas. Una narrativa que entrelaza la “escena familiar” con la “escena del video” y que vincula el flujo televisivo al flujo continuo de acciones sociales, como enfatiza Sodré (2010, p. 156).

La *segunda conceptualización* de Bajtín, por otro lado, ve al autor-creador en dos posiciones: la de refractada y la de refractor (Faraco, 2008). La primera es una posición valorativa recortada (refractada) por el autor-persona, una posición en la que el autor-creador es una proyección de las elecciones y valores del sujeto-escritor. A su vez, el autor-creador, como posición refractiva, es visto como el responsable de reorganizar (refractar) los acontecimientos de la vida (que es vivida tanto por el autor-persona como por el lector/espectador) y también de dar forma al contenido presentado en la obra. En otras palabras, es la voz social creativa la que organiza, trabaja, pule e inserta las múltiples voces sociales en la narrativa, dando unidad al objeto estético y coproduciendo sentido con quienes lo consumen.

En este enfrentamiento de mundos axiológicos, es posible ver que, además de tratar temas que forman parte de la vida de los espectadores o que al menos tienen verosimilitud narrativa y contextual, la apropiación cultural también se explica por el intercambio y aceptación de valores dominantes compartidos tanto por telenovelas como por el público. Y esta comunión pasa necesariamente por la figura del autor-creador, ya que tal configuración cultural creada y compartida por la sociedad dice mucho sobre el imaginario colectivo de un pueblo, sobre cómo se forman en este proceso de producción y recepción las clases sociales, las relaciones de género, el acceso al capital cultural y la convivencia con el entorno circundante. El discurso del autor-creador, por tanto, es siempre una “segunda voz” en relación con la primera y directa voz del escritor (Faraco, 2008, p. 40).

En el caso específico de las telenovelas brasileñas, Souza (2004, p. 14) destaca que las marcas autorales pueden concebirse en dos dimensiones: la externa y la interna. Mientras que la dimensión externa se ocupa de la noción de autor como un realizador (discutiendo el estatus de autor, la cadena de producción y las instancias de reconocimiento y consagración), a su vez, la dimensión interna se entiende como las marcas autorales presentes en el tejido teledramatúrgico (en términos de temas tratados, construcción de personajes,

tratamiento del espacio-tiempo narrativo, etcétera). En este sentido, como afirma la investigadora, la cuestión de la autoría en la telenovela debe ir mucho más allá de la mera presencia del autor-persona en el proceso de realización de la obra:

Esto quiere decir que examinar las trayectorias de los directores en la historia de la producción de la telenovela nos permitirá ubicar el papel efectivo que han jugado en las interfaces entre las demandas del emisor y la necesaria satisfacción de los espectadores; entre el reconocimiento del autor/realizador y las elecciones estéticas, operativas y técnico-operativas que han configurado una marca estilística peculiar reconocible [...]. (Souza, 2004, p. 19)

Es lo que vemos en *Cordel encantado* que, si bien es una narrativa de fábula y donde hay un escape al realismo de la vida cotidiana, sin embargo, las voces sociales (heteroglosia) siguen presentes por parte del autor-creador refractado y refractivo. Aquí, el acuerdo ficticio en este "mundo parásito" que es la ficción (Eco, 1994, p. 91) llega a un nivel donde los espectadores comparten estos hechos fantásticos, reinos medievales, un *sertão* brasileño retratado por artistas de la literatura de cordel y una época tan mágica que es difícil ubicar el período preciso en el que se desarrolla la narración: *Cordel encantado* muestra, así, una narrativa perfectamente atemporal.

Aunque para Bajtín no es necesario comprender los procesos psicológicos involucrados en la creación por parte del autor-persona, sin embargo, es importante prestar atención al discurso de las autoras Thelma Guedes y Duca Rachid al comentar sobre esta atemporalidad de la narración en la edición en DVD de *Cordel encantado* (2013). En la entrevista, ellas hablan de cómo estaban pensando en crear nombres y personajes y, de repente, se dieron cuenta de que la historia era realmente un ejemplo televisivo de lo que sería la literatura de cordel.

[Duca Rachid] Es un cordel que al mismo tiempo permitía utilizar todo un repertorio de cuentos de hadas, "capa y espada", folletín, cuento de aventuras...

[Thelma Guedes] Incluso la historia de san Francisco, que fue medieval. Tomamos este universo que es atemporal. Lo que notamos, nos quedó claro, es que el *sertão* brasileño y el reino son universos atemporales. Ellos no cambian. [...]

[Duca Rachid] Como ocurre con el rey europeo y el rey *cangaceiro*. (TV Globo, 2013)

Bajtín también señala que lo que hace que una obra sea estéticamente creativa no consiste en la transcripción literal de las ideas del autor-persona en la voz social del autor-creador, como si ambos fueran uno. Por el contrario, "las ideas del autor-persona" (en el desplazamiento del lenguaje, es decir, en el proceso que trae múltiples voces sociales a la unidad conferida y organizada por la voz social del autor-creador) siempre deben ser transformadas, remodeladas y recreadas a partir de "imágenes artísticas de ideas" (Faraco, 2008, p. 40). El discurso de la directora Amora Mautner, siguiendo esta línea de razonamiento, muestra cómo es posible lograr algo similar en la esfera

discursiva de *Cordel encantado*. En la misma entrevista con las dos autoras, la directora de esta telenovela comenta:

[Amora Mautner] Cuando leí la sinopsis, lo que encontré más difícil fue esto: estaba armando... ¿Cómo podríamos unificar una novela que tuviera un universo del *cangaço* brasileño y de la corte real europea? Porque supuestamente son dos cosas diferentes, ¿verdad? Pero, es como ustedes [Thelma y Duca] acabaran de decir, no lo son. (TV Globo, 2013)

Mientras las autoras, en la entrevista, hablan sobre la dinámica de su tipo de escritura por parejas, desde el intercambio de ideas y el juego de negociación al consenso, Duca Rachid comenta la participación de la directora Amora Mautner en la transformación de ideas del guion a la pantalla: tratamiento de la imagen, desde la estética cinematográfica, el arte y el vestuario hasta la representación de una escena de batalla específica que fue transformada por la mirada de la directora. Sobre la escena épica de invasión del rey Teobaldo (Serafín del Sur) al reino del rey Augusto (Serafín del Norte), Thelma Guedes dice:

[Thelma Guedes] Recuerdo perfectamente que habíamos hecho estas primeras escenas... Y un personaje dijo que estaban siendo atacados en las murallas... Porque nosotros, ni idea, pensamos que era más fácil pelear en las murallas y tal... [risas] Cuando vimos la "idea" de Amora de cómo hacer eso, de acercar los dos ejércitos [en plan general], esa imagen...

[Duca Rachid] ¡Fue genial!

[Thelma Guedes] ¡Más cinematográfico que el cine! (TV Globo, 2013)

Se plantea, entonces, la cuestión de una tercera entidad que forma parte de la figura etérea de autor-creador, representada en la obra, ahora, por la directora Amora Mautner, ya que es a partir de la remodelación realizada por la directora que tomaron forma las escenas y los significados intra e intercapitulares.

Como explica Souza (2004), el papel del director en las telenovelas brasileñas ha sido sumamente importante para la comprensión de las marcas autorales en las obras: "Asociado al crecimiento en el rol de dirección, es perceptible la tendencia de los escritores a elegir cada vez más una alianza constante con el director, que será el responsable del producto final [...]" (p. 30). Esto es algo que también se nota en la asociación de las escritoras Thelma Guedes y Duca Rachid con el trabajo de la directora Amora Mautner en otras telenovelas, además de *Cordel encantado*, por ejemplo, *Cama de gato* (2009) y *Joia rara* (2013), ambas producidas y también exhibidas en la Rede Globo de Televisão.

De esta manera, especialmente a partir de la década de los ochenta, prosigue Souza (2004), la actuación de la dirección en la telenovela brasileña comienza a plantear la urgencia de "definir un lenguaje audiovisual propio del género" (p. 30). Y eso es lo que

nos lleva a otra (breve) discusión que actualmente se encuentra en el nivel de los géneros discursivos secundarios, que, a su vez, se leen desde la teledramaturgia brasileña.

LOS GÉNEROS SECUNDARIOS DESDE LA TELEVISIÓN: POSICIONAMIENTO ANALÍTICO II

Los géneros discursivos se presentan en Mijaíl Bajtín como esferas o usos del lenguaje, ya que las interacciones dialógicas presuponen procesos productivos lingüísticos. Divididas en géneros primarios y secundarios, estas esferas discursivas son leídas por Bajtín en la novela, en la prosa y, en el caso concreto que aborda este artículo, posiblemente también en la comunicación mediatizada de la televisión. Los géneros primarios se ven desde la perspectiva de la comunicación cotidiana, las conversaciones interpersonales, y están más directamente vinculados a la prosificación de la cultura (Morson y Emerson, 2008). Los secundarios, según Machado (2008, p. 155), son más complejos y se producen a partir de códigos culturales elaborados, como la novela, los géneros periódicos, el ensayo y, en esta lectura, la telenovela brasileña.

Así, afirmar la naturaleza dialógica del lenguaje es entender que existen varios tipos de signos y sus arreglos sufren desplazamientos permanentes que se retroalimentan en secuencias intertextuales e interdiscursivas. Estas secuencias funcionan en sus contextos histórico-sociales como fuentes de significado que se producen dialógicamente, como los medios de comunicación contextualizados en su tiempo y espacio. También vale la pena aclarar que, para Bajtín, el dialogismo de interacción solo puede entenderse desplazando el concepto de sujeto. El sujeto pierde el rol de centro y es reemplazado por diferentes voces sociales, que lo convierten en un sujeto histórico e ideológico ubicado en un tiempo y espacio determinado.

Bajtín cree que la palabra debe verse como un signo y, como tal, debe ser percibida como originaria de la relación social, ya que está presente en todos los actos de comprensión e interpretación. De esta forma, como los signos median la relación del hombre con su realidad, toda la actividad mental del sujeto puede expresarse en forma de signos, expresándose a través de lenguajes verbales o no verbales, o incluso por otros medios que surjan del discurso interno. En el caso de las telenovelas y otras obras de ficción seriadas en televisión, hay que considerar las especificidades de los contextos de producción, circulación y distribución de las obras teledramatúrgicas: "El género secundario, cuando actúa en la producción de determinados discursos, tiene en cuenta tanto el estilo de las formaciones sociales con prácticas de identidad, así como el estilo de formas activas de economía, como patrocinadores, canal televisivo, etcétera", afirma Pisa (2013, p. 22).

Cordel encantado, al trabajar con innumerables matrices y arquetipos de la cultura popular, erudita y masiva, permite el surgimiento de procesos de producción de sentido

que hibridan tales matrices y arquetipos. Por tanto, esta telenovela brasileña se puede leer como un género discursivo secundario. En otras palabras, es posible observar que se presenta, en una lectura potencial de las afirmaciones de Machado (2008), como una obra donde “todo enunciado es un eslabón de una cadena, muy complejamente organizada, de otros enunciados” (p. 154) que, en consecuencia, dan lugar al “surgimiento de híbridos”.

De igual manera, la prosificación, en la comprensión bajtiniana, estaría vinculada a la revitalización de la prosa en la cultura de la civilización occidental. Luego, acerca las formas discursivas de la comunicación interactiva y favorece la valorización de las acciones cotidianas de los hombres corrientes y de sus declaraciones banales, en contraposición al papel privilegiado que siempre ha ganado la poética en los estudios lingüísticos desde Aristóteles (Machado, 2008, pp. 153-154).

Desde esta perspectiva, al entender la telenovela como una forma de “crónica diaria” basada principalmente en el diálogo de los personajes y en escenas que se ubican en la vida cotidiana, es posible verla como un género secundario en el que la prosificación cultural también actúa en los procesos de producción de sentido. O, como señala la investigación de Pisa (2013), es necesario observar cómo la televisión y sus productos necesitan ser resignificados a la luz de los conceptos bajtinianos, ya que:

Los géneros secundarios se intercalan en la producción de los géneros televisivos y los géneros primarios son asimilados por los secundarios, puesto que los relatos de la vida cotidiana, al insertarse en el género secundario, se desconectan del ámbito de la vida cotidiana, pierden su conexión directa con la realidad, dejan de ser cotidianos y pasan a formar parte de otra dimensión enunciativa e ideológica. (Pisa, 2013, p. 25)

De este modo, pensar en la producción de sentido, como lo recuerda Volóchinov (2017), revela una discusión que se interesa por desvelar cómo se puede comprender plenamente la palabra, al hacer una diferencia, en este proceso, entre las nociones de tema y de significado. Así, tendríamos la concepción de que un significado definido y único (un significado unitario) es una propiedad que está a cargo de cada enunciado en su conjunto. Se llega a lo que podemos llamar el sentido de la enunciación completa como tema: el tema debe ser único, si no, no hay forma de diferenciar la enunciación.

Dicho esto, es posible notar que el tema de la enunciación es en realidad, así como la enunciación misma, individual y no reiterativo; es decir, se presenta como la expresión de una situación histórica concreta, contextual y no universal que dio lugar a la enunciación (Volóchinov, 2017). Enunciados y enunciaciones que están rodeados de condiciones lingüísticas marcadamente diversas e imbuidos de voces sociales (heteroglosia) que los configuran tal como son.

Sin embargo, pensar la cuestión de los procesos de construcción de sentido y los géneros secundarios del discurso sin tener en cuenta la especificidad de la cultura y la estética televisivas no permite que una mirada comunicacional completa al *Cordel encantado* se explicita en un artículo como este. Aunque, para muchos, la televisión rara vez se considera “relevante” cuando el tema de la discusión se centra en la estética o no se considera lo suficientemente “serio” como para que se lleve a cabo una discusión de este tipo (Fahle, 2006, p. 190), aun así, es necesario que la estética televisiva pase a primer plano como un espacio de discusión fundamental sobre la comunicación y las gramáticas televisivas.

Por lo tanto, como indica Rincón (2007), la televisión “es cultura en sí misma, más que por los contenidos ‘culturosos’ que transmita” (p. 30). Esto es lo que también destacó Colombo (1976, p. 96), hace muchas décadas, al discutir lo que él llama una cultura de comunicación visual en la televisión como algo de gran importancia para el entendimiento de este medio y de sus producciones. Y, finalmente, entender los géneros discursivos bajtinianos como manifestaciones de la cultura posibilita leerlos como “dispositivos para organizar, intercambiar, difundir, almacenar, transmitir y, sobre todo, crear mensajes en contextos culturales específicos” (Brait, 2008, p. 88). En otras palabras, al igual que en *Cordel encantado* y su reelaboración de otras historias y narrativas, los géneros discursivos también viven en el presente, pero recuerdan siempre su pasado (Machado, 2008, p. 158).

CONCLUSIONES

La lectura de la telenovela *Cordel encantado*, a partir las concepciones de autoría, revela al menos tres conclusiones en este artículo: (1) la distinción entre autor-persona y autor-creador se mantiene (y se refuerza) en esta narrativa; (2) la conformación de arquetipos y matrices culturales presentes en la historia (a través de procesos de hibridación) converge con la unidad creativa de las múltiples voces sociales leídas en otros enunciados; y (3) se adjunta la figura del director a la lista de sujetos-escritores (autor-persona) por el hecho de dar visualidad y materialidad a las ideas de guion de los dos autores y, así, estas tres entidades forman la figura etérea del autor-creador en esta telenovela.

En el campo de los géneros discursivos, es posible afirmar que ver al *Cordel encantado* como un género secundario basado en códigos culturales complejos y elaborados permite constatar que esta telenovela es un elemento de prosificación de la cultura y, más aún, que como manifestación cultural ubicada en su contexto productivo receptor, impregna las relaciones de identificación y de proyección. Al hacerlo, la telenovela brasileña produce roles intercambiables entre quienes consumen la narrativa, en un desplazamiento que denota el potencial cocreativo del espectador en relación con el emisor. Esta última característica se ve fortalecida por el acuerdo ficticio y por la suspensión de la incredulidad en una narrativa que posee el tono de fábula.

Metodológicamente, el concepto bajtiniano de extraposición resultó ser fundamental en la relación entre el investigador y el objeto investigado. Es decir que, en el caso de la telenovela, en cuanto producto cultural complejo con un rico acabado estético, se entiende que el excedente de visión es necesario en la distancia (y en el adecuado acercamiento) entre el analista y la obra que es objeto de estudio. A su vez, cabe mencionar la posición de Amorim (2006), compartida en este artículo: “El acabado estético no tiene sentido de aprisionamiento; al contrario, es un acto generoso de quienes dan desde sí mismos. Dar desde tu puesto, dar lo que solo tu puesto te permite ver y entender” (p. 97).

De igual manera, el concepto de dialogismo se retoma en este campo como el principio teórico bajtiniano que concierne a las relaciones que se establecen entre el yo y el otro en los procesos discursivos históricamente establecidos por los sujetos, quienes, a su vez, se establecen a sí mismos y son instigados por estos discursos. Por lo tanto, opera la lógica en la que el discurso de un sujeto solo tiene lugar y crea sentido si se piensa en relación con los otros, y en esta interacción el acto comunicativo es tanto hacer como responder preguntas. Por tanto, es en esta relación entre el yo y la voz del otro donde surgen las dinámicas de interacción e interactividad, elementos fundamentales del dialogismo considerados desde el ángulo de los estudios comunicacionales.

Esto significa superar visiones de un modelo reduccionista y funcionalista que tiene un carácter unidireccional y coloca el papel de la recepción como actividad pasiva en la resignificación de los mensajes. Significa un redimensionamiento del espacio comunicativo, reajustando los roles de emisores y receptores a una dinámica relacional de coautores, de cocreadores. De este modo, interactuar se convierte en algo más que enviar y responder mensajes, ya que los sujetos pasan a formar parte de un proceso de relaciones interconectadas por hilos dialógicos presentes en la trama de la telenovela y, por supuesto, en las muchas tramas de las mediaciones socioculturales que se establecen desde ahí.

Por consiguiente, se considera que el emisor tiene la potencialidad de crear espacios en los que se conjugan los signos para ofrecer un conjunto de posibilidades de articulación de redes y conexiones, y que el receptor puede interferir en ellas modificándolas, asociándolas o resignificándolas, frente a la polisemia y ambigüedad, por aproximaciones sucesivas, de ida y vuelta, ya que los significados atribuidos no siempre son los que pretende el autor (sea él el autor-persona o el autor-creador).

En síntesis, este artículo trató de traer una posible conexión teórica y metodológica entre el pensamiento de Mijaíl Bajtín y el estudio de la telenovela brasileña, que, desde un punto de vista académico, se ve como un producto cultural dotado de un complejo acabado estético. Más que nunca, lo que ha demostrado este artículo es que es necesario entender la telenovela brasileña como un objeto mediático ubicado social e históricamente en la esfera discursiva de la comunicación audiovisual y, por tanto, una lectura

basada solo en juicios de valor o en discusiones antiguas y enclaustradas acerca de la existencia de una “alta” y “baja” cultura, por fin, se vuelven inviables dada la riqueza estilística y estética del producto analizado.

REFERENCIAS

- Aires, A. B. (2013). *Estratégias de renovação da telenovela: a produção de uma estética da diferença em Cordel Encantado* (disertación para la maestría en Comunicación y Consumo). Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil. <https://tede2.espm.br/handle/tede/126>
- Amorim, M. (2006). Cronotopo e exotopia. En B. Brait (Ed.), *Bakhtin: outros conceitos-chave* (pp. 95-114). Contexto.
- Bajtín, M. (2019). *La novela como género literario* (Ed. L. Beltrán Almería; Trad. C. Ginés Orta). Editorial Universidad Nacional; Real Sociedad Menéndez Pelayo; Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Bakhtin, M. (2000). *Estética da criação verbal* (3.ª ed.). Martins Fontes.
- Bakhtin, M. [Volóchinov, V.]. (2004). *Marxismo e filosofia da linguagem* (11.ª ed.). Hucitec.
- Balogh, A. M. (2002). *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*. Edusp.
- Borkosky, M. M. (2016). *Telenovela nueva: nuevas lecturas*. Corregidor.
- Brait, B. (2008). Estilo. En B. Brait (Ed.), *Bakhtin: conceitos-chave* (pp. 79-102). Contexto.
- Bubnova, T. (2000). Prólogo. En M. Bajtín, *Yo también soy (fragmentos sobre el otro)* (pp. 11-26). Taurus.
- Cascudo, L. C. (1988). *Dicionário do folclore brasileiro*. Itatiaia.
- Colombo, F. (1976). *Televisión: la realidad como espectáculo*. Gustavo Gili.
- Costa, C. (2000). *A milésima segunda noite: da narrativa mítica à telenovela - análise estética e sociológica*. Annablume.
- Eco, U. (1994). *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Companhia das Letras.
- Faraco, C. A. (2008). Autor e autoria. En B. Brait (Ed.), *Bakhtin: conceitos-chave* (pp. 37-60). Contexto.
- Fahle, O. (2006). Estética da televisão: passo rumo a uma teoria da imagem da televisão. En C. Guimarães, B. S. Leal y C. C. Mendonça (Orgs.), *Comunicação e experiência estética* (pp. 190-208). Editora UFMG.

- García Canclini, N. (2011). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. EDUSP.
- Hartmann, F. (2007). A voz e o discurso interior na obra de Mikhail Bakhtin. *Calidoscópio*, 5(2), 77-83. <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/5628>
- Kehl, M. R. (1986). Eu vi um Brasil na TV. En A. H. Costa, I. F. Simões y M. R. Kehl (Eds.), *Um país no ar: história da TV brasileira em 3 canais* (pp. 167-323). Brasiliense/Funarte.
- Lemos, L. P., y Rocha, L. L. (2021). *Ficção seriada: estudos e pesquisas*. Jogo de Palavras; Provocare Editora.
- Lopes, M. I. V. (2009). *Telenovela como recurso comunicativo*. *MATRIZES*, 3(1), 21-47. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47>
- Lopes, M. I. V., y Lemos, L. P. (2020). Brasil: tempo de streaming brasileiro. En M. I. V. Lopes y G. O. Gómez (Eds.), *O melodrama em tempos de streaming*. *Anuário OBITEL 2020* (pp. 83-116). Sulina.
- Lopes, M. I. V., y Mungiolí, M. C. P. (2012). Brasil: a “nova classe média” e as redes sociais potencializam a ficção televisiva. En M. I. V. Lopes y G. O. Gómez (Eds.), *Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos*. *Anuário OBITEL 2012* (pp. 129-186). Sulina.
- Machado, I. (2008). Géneros discursivos. En B. Brait (Ed.), *Bakhtin: conceitos-chave* (pp. 151-166). Contexto.
- Machado, I. (2010). A questão espaço-temporal em Bakhtin: cronotopia e exotopia. En Paula, L.; Stafuzza, G. (orgs.). *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável* (pp. 203-234). Mercado de Letras.
- Martín-Barbero, J. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.
- Mazziotti, N. (1993). *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*. Colihue.
- Morson, G. S., y Emerson, C. (2008). *Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística*. Edusp.
- Pisa, L. F. (2013). O género discursivo televisivo: reflexões sobre Malhação. *Revista Hispec & Lema On-Line*, 4(4), 14-27. <http://www.unifafibe.com.br/revistasonline/arquivos/hispecielemaonline/sumario/26/22112013154206.pdf>
- Proença, I. C. (1976). *A ideologia do cordel*. Imago.
- Ribeiro, R. R., y Silva, A. L. (2014). Imaginação melodramática, cultura e estética televisivas: uma leitura triádica do folhetim na TV. *Culturas Midiáticas*, 7(1), 16-29. <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/19736>

- Rincón, O. (2007). Televisión e identidades: hacia una construcción (+) diversa de la realidad. En E. Carrasco Pirard y N. Rampaphorn (Eds.), *Televisión y cultura, una relación posible* (pp. 25-43). LOM Ediciones; Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Rocha, S. M. (2016). *Estilo televisivo e sua pertinência para a TV como prática cultural*. Insular.
- Santa Cruz, E. (2003). *Las telenovelas puertas adentro. El discurso social de la telenovela chilena*. LOM Ediciones.
- Schiavoni, J. E. (2021). Telenovela: elementos identitários em vinheta de abertura. *Intexto*, 52, 1-21. <https://doi.org/10.19132/1807-8583202152.86740>
- Schnaiderman, B. (1983). *Turbilhão e semente. Ensaios sobre Dostoiévski e Bakhtin*. Duas Cidades.
- Sériot, P. (2015). *Volosinov e a filosofia da linguagem*. Parábola Editorial.
- Silva, A. L. (2015). *Uma leitura dos processos de hibridização cultural na ficção seriada televisiva: análise dos personagens e suas inter-relações na telenovela "Cordel encantado" (2011)* (disertación para la maestría en Comunicación). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil. <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/40876>
- Silva, D. B. (2013). Excedente de visão: um olhar exotópico através das artes. Comunicação apresentada en el *I Seminário de Estudos de Linguísticos e Literários*. Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/revdia/issue/view/208/showToc>
- Sodré, M. (2010). *Reinventado a cultura: a comunicação e seus produtos*. Vozes.
- Souza, G. T. (2002). *A construção da metalinguística: fragmentos de uma ciência da linguagem na obra de Bakhtin e seu círculo* (tesis doctoral). Universidade de São Paulo, Brasil. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8139/tde-17092002-120415/pt-br.php>
- Souza, M. C. J. (2004). Analisando a autoria das telenovelas. En M. C. J. Souza (Ed.), *Analisando telenovelas* (pp. 11-52). E-papers Serviços Editoriais.
- Todorov, T. (1984). *Mikhail Bakhtin: the dialogical principle*. University of Minnesota Press.
- TV Globo (produtor). (2013). Entrevista: Thelma Guedes, Duca Rachid e Amora Mautner. En *Cordel encantado* [DVD]. TV Globo/Som Livre.
- Vauthier, B., y Cátedra, P. (Eds.). (2003). *Mijaíl Bajtín en la encrucijada de la hermenéutica y las ciencias humanas*. SEMyR (Seminario de Estudios Medievales y Renacentistas - Sociedad de Estudios Medievales y Renacentistas).

- Volóchinov, V. (2017). *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Editora 34.
- Xavier, N. (2011). *Cordel encantado*. Bastidores. *Teledramaturgia*. <http://teledramaturgia.com.br/cordel-encantado/>
- Zbinden, K. (2006). *Bakhtin between East and West. Cross-cultural transmission*. Legenda-Routledge.
- Zoppi-Fontana, M. G. (2005). O outro da personagem: enunciação, exterioridade e discurso. En B. Brait (Ed.), *Bakhtin: dialogismo e construção de sentido* (pp. 115-128). Editora Unicamp.

CÓDIGO DE ÉTICA

Lineamientos de conducta ética de la revista *Contratexto* de acuerdo con las directrices del Committee on Publication Ethics (COPE).

COMPROMISOS DE LOS AUTORES

Contratexto solicita a los autores seguir las siguientes prácticas:

- La norma de citación adoptada por la revista está de acuerdo con el manual de la American Psychological Association (APA), séptima edición en español. La lista final de referencias debe consignar solo a aquellos autores que son referenciados en el texto, ya sea como cita textual o paráfrasis. Las citas textuales deben coincidir con el listado final, y viceversa.
- La mayoría de las fuentes referenciadas deben ser actuales o relevantes.
- Cabe destacar la originalidad y aporte del texto en algunas o todas las siguientes dimensiones: teórico, contextual, metodológico y resultados.
- Los contenidos publicados por los mismos autores y señalados en el texto deben ser referenciados tanto en el texto como en las referencias finales. Para salvaguardar la neutralidad del arbitraje, el autor puede colocar la referencia sin especificar fecha ni título, tanto en el texto como en las referencias finales, como sigue:
 - Si el autor fuera:
Rosales, J. (2016). Un modelo de análisis de prácticas culturales. El caso del cortometraje colombiano *Los retratos*, de Iván Gaona. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 102-117.

- Reemplazar por lo siguiente:

Autor

Es responsabilidad del autor actualizar dicha información en caso de ser aprobado para su publicación.

- Si la autoría fuera múltiple, debe coordinarse anticipadamente el orden de los nombres. Es responsabilidad del autor que gestiona editorialmente el artículo señalar el orden acordado de los autores. Todos los autores son responsables de la totalidad del texto.
- Consignar como nota a pie de página los agradecimientos y reconocimientos correspondientes a los colaboradores de la investigación. Si ello compromete la neutralidad del arbitraje, es responsabilidad del autor omitir esta información y consignarla en la edición final del trabajo en caso de ser aprobado para su publicación.
- Si fuera el caso, los autores deben reportar las fuentes de financiamiento de la investigación de la cual se deriva el artículo.
- Los autores evitarán tomar contacto con los editores, salvo que sea para solicitar información sobre el estado del proceso de arbitraje. Por política editorial, toda comunicación será de carácter formal. El equipo editorial está abierto a toda crítica que permita una mejora en los procesos editoriales al servicio de los autores. No se admiten expresiones hostiles, despectivas o juicios personales. El canal de comunicación oficial es el correo electrónico de la revista: contratexto@ulima.edu.pe

Contratexto considera como prácticas **reprobables** las siguientes:

- **Plagio.** La publicación completa, parcial o en fragmentos de las ideas de otros autores publicadas en otros medios (revistas académicas o cualquier otro medio de divulgación) sin la debida referencia en el texto y al final del artículo.
- **Autoplagio.** La reedición de textos parcial o total de su propia autoría publicados en otros medios (revistas académicas o en cualquier otro medio de divulgación) sin la debida referencia en el texto y al final del artículo.
- **Plagio y autoplagio de material gráfico.** La reproducción de toda forma de expresión gráfica que no cuenta con los permisos necesarios para su publicación. Esto aplica a los casos en que el material gráfico haya sido elaborado por los autores y publicado en otro medio. Por material gráfico entendemos: fotografías, diseños, dibujos, planos, tablas y gráficos estadísticos o esquemas.

- **Multiplicación de envíos.** Postulación del mismo artículo en otras revistas académicas de manera simultánea o paralela durante el proceso de arbitraje y edición de la publicación.
- **Falsificación de datos.** La aplicación de procedimientos metodológicos fraudulentos o que falsifiquen las fuentes primarias. Asimismo, es reprobable la falta de verificación y fiabilidad de las fuentes primarias (por ejemplo, encuestas o entrevistas hechas por terceros) que el autor emplea como fuentes secundarias.
- **Tratamiento inadecuado de datos.** Los datos o fuentes en los que se basan los resultados no son accesibles. Los autores no se hacen responsables de consignar un repositorio con los datos y la adecuada garantía de la protección de datos personales. Los datos empleados en la investigación no han sido consentidos por los participantes.
- **Vulneración a los derechos de autor.** No se reconoce como autores del artículo a aquellos que hicieron una contribución intelectual significativa en la calidad del texto: elaboración de conceptualizaciones, planificación, organización y diseño de la investigación, interpretación de hallazgos y redacción del mismo. Falta de jerarquización adecuada de los autores. En caso de disputas por autoría, la revista se reserva el derecho de contactar a la(s) institución(es) a las que los autores se encuentran afiliados con el fin de aclarar la situación. Serán retirados los artículos que presenten autoría fantasma, por invitación o regalada¹.
- **Conflictos de interés.** Los autores tienen condicionamientos de tipo económico, profesional o de cualquier otra índole que afecten el tratamiento y neutralidad de los datos y la formulación de los resultados.

ACCIONES FRENTE A PRÁCTICAS REPROBABLES

De presentarse cualquiera de las situaciones que cuestionen los principios éticos señalados anteriormente, el equipo editorial se comunicará con los involucrados (incluida la institución académica) y solicitará la información aclaratoria de la situación. Es responsabilidad de los autores facilitar la información aclaratoria de la situación. Cada caso será tratado individualmente, pero teniendo en cuenta las guías propuestas por el Committee on Publication Ethics (COPE).

1 Según el COPE (Kleinert y Wager, 2011, p. 4), la autoría fantasma se refiere a aquellos autores que coinciden con los criterios de autoría y no son colocados como autores. La autoría por regalo comprende a aquellos que no coinciden con los criterios de autoría y son listados como autores a cambio de un pago o favor. Por último, la autoría por invitación se refiere a aquellos que no coinciden con los criterios, pero son listados como autores por su reputación o supuesta influencia.

- Si el artículo cuestionado se encuentra en pleno **proceso de arbitraje**, este será suspendido hasta la aclaración de los hechos. Una vez recibida la información aclaratoria de las partes involucradas, el equipo editorial tomará la decisión de cancelar el proceso de arbitraje o continuarlo.
- Si el artículo cuestionado estuviera **publicado**, este será retirado de manera temporal de la versión digital de la revista hasta la aclaración de los hechos. Una vez recibida la información aclaratoria de las partes involucradas, el equipo editorial tomará la decisión de retirar definitivamente la publicación del artículo o mantenerlo en la publicación en línea y señalar las acciones correspondientes en el siguiente número impreso. Ninguna retracción de artículos ya publicados será hecha sin previo aviso.

La decisión del equipo editorial es inapelable.

COMPROMISOS DE LOS REVISORES

Contratexto solicita a los revisores el cumplimiento de las siguientes consideraciones éticas:

- **Conflicto de interés.** Abstenerse de evaluar un artículo si considera que existe algún condicionamiento de tipo económico, profesional o de cualquier otra índole que influya en la evaluación.
- **Falta de experiencia.** Informar al equipo editorial si considera que no reúne la suficiente experiencia académica y científica para evaluar el contenido del artículo.
- **Neutralidad e imparcialidad.** Desistir de la evaluación si se identifica al autor o a alguno de los autores. Del mismo modo, esto aplica si ha estado involucrado en la investigación de la cual deriva el trabajo, ya sea como informante, orientador o evaluador.
- **Dedicación.** Garantizar el tiempo para llevar a cabo una revisión metódica, rigurosa y justa del artículo. Debe recordar que, durante el proceso de arbitraje, el artículo se encuentra en período de embargo y los autores, revisores y editores no pueden difundir los contenidos.
- **Colaboración y contribución.** Sustentar de manera asertiva y constructiva sus dictámenes. No se admiten expresiones hostiles, despectivas o juicios personales. Evitarán emitir juicios basados en la nacionalidad, religión, género y otras características inferidas a partir del artículo.
- **Confidencialidad.** No difundir y discutir con otras personas o en contextos públicos los contenidos de la evaluación, ni hacer uso del contenido del artículo

para fines personales o institucionales. El proceso de arbitraje es confidencial antes, durante y después de que este se realice.

- **Recomendaciones a los autores.** Evitar recomendaciones que afecten la neutralidad y confidencialidad del proceso de arbitraje. Está expresamente prohibido recomendar a los autores evaluados referenciar su producción científica. Al ser la evaluación un acto de colaboración científica, se valorarán las recomendaciones que permitan la mejora de artículo sin que ello afecte el anonimato de la evaluación.
- **Aspectos éticos.** Informar en su dictamen si encuentran irregularidades de índole ética en la investigación: plagio, autoplagio, falseamiento de fuentes, faltas en el tratamiento de datos y omisiones en la protección de datos personales.

COMPROMISO DEL EQUIPO EDITORIAL Y LOS EDITORES ADJUNTOS

Contratexto se compromete a llevar a cabo las siguientes prácticas:

- **Evaluación previa.** La evaluación previa llevada a cabo por el equipo editorial y los editores adjuntos se hará con base en la política editorial de la revista, sin condicionamientos de otra índole como la nacionalidad, género, origen étnico, religión u opinión política de los autores.
- **Plagio.** Antes de iniciar el proceso de recepción y evaluación, someter los manuscritos a revisión del *software* antiplagio. El equipo editorial se compromete a analizar en detalle el informe del *software*. Todo artículo que supere el 20 % de coincidencias será desestimado del proceso de arbitraje y comunicado a los autores. Los editores se comprometen a mantener confidencialidad sobre esta evaluación.
- **Selección de revisores.** Garantizar la selección de revisores idóneos que evalúen el trabajo de manera crítica y contribuyan a la mejora del artículo.
- **Confidencialidad.** No difundir los procesos editoriales llevados a cabo.
- **Conflicto de interés.** No utilizar en sus investigaciones contenidos de los artículos enviados para su publicación sin consentimiento de los autores.
- **Responsabilidad.** El equipo editorial y los editores son responsables de todo el material publicado; asimismo, velarán por la máxima transparencia y el reporte completo y honesto del proceso editorial.
- **Erratas y correcciones.** Cualquier error o solicitud de cambios en artículos publicados en línea serán comunicados al equipo editorial, que determinará la idoneidad de la solicitud.

Aviso de derechos de autor

Todos los trabajos publicados se encuentran licenciados bajo una Licencia Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

Se puede compartir el contenido de la revista en cualquier material o formato. Se puede adaptar el material de la revista, construir sobre él, transformarlo. Ambas posibilidades solo son factibles bajo las siguientes condiciones:

- **Atribución.** Se debe dar el crédito apropiado, proveer un enlace a la licencia e indicar si se hicieron cambios. Esto se deberá hacer de la manera que se considere pertinente, sin que se sugiera que el licenciente lo promueve a usted o el uso que le dé al material.

Declaración de privacidad

Los nombres y las direcciones de correo electrónico introducidos en esta revista se usarán exclusivamente para los fines establecidos en ella y no se proporcionarán a terceros o para su uso con otros fines.

REFERENCIAS

Kleinert, S., y Wager, E. (2011). Responsible research publication: international standards for editors. A position statement developed at the 2nd World Conference on Research Integrity, Singapore, July 22-24, 2010. En T. Mayer y N. Steneck (Eds.), *Promoting Research Integrity in a Global Environment* (pp. 317-328). Imperial College Press; World Scientific Publishing. https://publicationethics.org/files/International%20standard_editors_for%20website_11_Nov_2011.pdf

POLÍTICA EDITORIAL, NORMAS PARA AUTORES E INDEXACIÓN

Contratexto es una publicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. Es una revista académica arbitrada de periodicidad semestral, sin fines de lucro, con énfasis en el campo de la comunicación y ramas afines. Está dirigida a académicos, investigadores y profesionales de la comunicación, las ciencias sociales y las humanidades. Su objetivo es ser un foro amplio, crítico y plural, desde donde se reflexione, discutan y difundan los resultados de investigaciones, estudios, experiencias y ensayos en torno a la complejidad de la comunicación a partir de múltiples disciplinas y pertinencias.

Contratexto es una revista de acceso abierto, con el propósito de favorecer el intercambio global del conocimiento. Se edita en español, en versiones impresa y electrónica.

Temática

La revista está orientada al estudio de diversos aspectos de la comunicación. Sus principales líneas temáticas son las siguientes: política y medios, semiótica y comunicación, comunicación y convergencia tecnológica, problemáticas sociocomunicativas, periodismo, educomunicación, teorías y metodologías de investigación en comunicación, cine y medios audiovisuales, comunicación intercultural, historia de la comunicación, entre otras.

Normas para autores

Los trabajos presentados por los autores podrán ser artículos de investigación, ensayos, estudios de caso y reseñas bibliográficas, los cuales serán evaluados bajo el sistema de pares ciegos.

1. Los trabajos deben ser originales, inéditos y no publicados. No deben encontrarse en evaluación en otra publicación, sea de carácter nacional o internacional. Por otra parte, también se requiere que el autor entregue una carta simple firmada en la que se indique que autoriza al Fondo Editorial de la Universidad de Lima a publicar su artículo en la revista *Contratexto*, en soporte impreso y electrónico.

2. Los artículos pueden ser escritos en español, inglés o portugués y serán remitidos en documentos con extensión .doc o .docx (MS Word). Tendrán una extensión máxima de 10 000 palabras, incluyendo títulos, nombres y filiación de autores, resúmenes, notas a pie de página, tablas, figuras y leyendas, en interlineado 1,5 y en fuente Times New Roman de 12 puntos.

Lineamientos generales para la presentación de artículo de investigación

1. Página de presentación: título completo del trabajo (español, inglés y portugués), datos de los autores (nombre(s) y apellido(s) normalizados, filiación institucional, grados académicos, líneas de investigación y correo electrónico). Es obligatorio indicar el código ORCID de los autores.
2. Página 1: título completo del trabajo (español, inglés y portugués), resumen (200 palabras) y cinco palabras clave. Las mismas indicaciones en inglés y portugués (*abstract* y *keywords*). El resumen debe expresar el objetivo del estudio, su relevancia, la metodología, los resultados y su contribución.
3. Página 2 y siguientes: título y texto del artículo sin inclusión del nombre del autor. Los artículos de investigación deben seguir la estructura (IMRyD): introducción (incluye literatura reciente, marco teórico y marco referencial), metodología, resultados y su contribución. Al final del texto, se deben incluir las referencias bibliográficas y los apéndices.
4. De las citas y referencias bibliográficas:
 - a. Los artículos deben enviarse de acuerdo con las normas de la séptima edición del *Manual de estilo de la American Psychological Association* (APA).
 - b. Las citas textuales dentro del texto de artículos y libros deben seguir la siguiente presentación (apellido del autor, año, página) o (Quezada, 2017, p. 53). En el caso de la paráfrasis no es obligatorio indicar el número de página. Sobre otros formatos de publicaciones, consultar el manual APA, séptima edición.
 - c. Las notas informativas deben colocarse a pie de página. Si incluyeran alguna cita, estas deben adecuarse al estilo APA. La nota a pie de página no exime de la responsabilidad de citar la procedencia de la información.

Ejemplo de referencia de un libro:

Díaz-Albertini, J. (2016). *El feudo, la comarca y la feria. La privatización del espacio público*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.

Ejemplo de referencia de artículo en revista académica o científica con número doi:

Rosales, J. (2016). Un modelo de análisis de prácticas culturales. El caso del cortometraje colombiano *Los retratos*, de Iván Gaona. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 102-117. <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.mapc>

Ejemplo de referencia de artículo en revista académica o científica sin número doi:

Sierra, F., y Gravante, T. (enero-junio, 2016). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales. *La trama de la comunicación*, 20(1), 163-175. <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/568/423>

Ejemplo de referencia de artículo de prensa:

Vargas Llosa, M. (21 de septiembre del 2003). La verdad sospechosa. *El País*, p. A8.

5. De la presentación de imágenes, gráficos y tablas:
 - a. Las imágenes (fotografías), figuras (infografías, barras estadísticas, etcétera) y tablas deben incluirse y mencionarse en el texto. Durante la diagramación se buscará que se ubiquen en el lugar más cercano posible a la mención. Deben presentarse con la información establecida según las normas en el manual APA, séptima edición.
 - b. Adicionalmente, las imágenes deben ser entregadas en archivo aparte en formato .JPG o .TIFF, con una resolución de 300 píxeles. Deben contar con el permiso correspondiente para su reproducción o ser de uso común (licencia Creative Commons o similar).
 - c. Las figuras deben entregarse en archivo aparte en versión Excel (extensión .xls o .xlsx) para facilitar su diagramación.

Lineamientos para la presentación de ensayos o revisiones bibliográficas

1. Los ensayos o artículos de reflexión deben estar orientados a las líneas temáticas de la revista. Deben ser exhaustivos, originales y críticos. Están sujetos a las mismas condiciones de originalidad, extensión, presentación y referencias bibliográficas señaladas anteriormente.
2. Las revisiones bibliográficas (estado de la cuestión) deben ser exhaustivas y contar con un mínimo de 50 referencias para ser consideradas en evaluación. Están sujetas a las mismas condiciones de originalidad, extensión, presentación y referencias bibliográficas señaladas anteriormente.

PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES

Los artículos de investigación, ensayos y revisiones bibliográficas serán evaluados con el sistema de pares ciegos y bajo parámetros acordes con cada tipo de texto. El proceso completo puede tener una duración de cuatro a ocho semanas.

1. El editor responsable del número y el equipo editorial revisarán la pertinencia del trabajo y el cumplimiento de las normas editoriales señaladas anteriormente. Los autores cuyos trabajos no cumplan con dichas características serán informados sobre la decisión y no serán sometidos a la siguiente fase de evaluación.
2. Los trabajos que cumplan con los lineamientos establecidos serán revisados de manera anónima por dos evaluadores que señalarán si el material debe ser publicado o no.
3. En el caso de que los dictámenes no sean concluyentes (uno positivo y otro negativo), se le comunicarán al autor las recomendaciones solicitadas de los evaluadores y el plazo para el ajuste del texto. Luego de ello se convocará a un tercer evaluador, cuyo dictamen indicará si el trabajo debe ser publicado o no. Una vez tomada la decisión, le será comunicada al autor. Los dictámenes de los evaluadores son inapelables.
4. El equipo editorial es el responsable de seleccionar a los evaluadores idóneos, siguiendo los siguientes criterios: (a) que sea un especialista en el tema con dominio metodológico: deberá estar registrado en su institución académica con esa línea de investigación o debe contar con publicaciones o tesis referidas al tema; (b) paridad académica: el grado académico debe ser equivalente al del autor.
5. El autor es responsable de que las condiciones de anonimato se mantengan en el texto. De darse el caso de que el evaluador señale que las condiciones de anonimato no se mantienen en el texto, será declarado inmediatamente como no publicable.

SERVICIOS DE INFORMACIÓN E INDEXACIÓN

La revista *Contratexto* se encuentra indexada y registrada en:

Bases de datos

- Dialnet (Portal bibliográfico de la Universidad de La Rioja, España)
- Infoamérica (Cátedra Unesco de la Comunicación de la Universidad de Málaga)

- OEI (Organización de Estados Iberoamericanos)
- REBIUN (Red de Bibliotecas Universitarias de España)
- Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal)
- LatinREV (Red Latinoamericana de Revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades)

Buscadores

- Google Académico

Directorios

- DOAJ (Directory of Open Access Journals)
- Latindex (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal)
- Ulrich's (Global serials Directory)

Matriz de información

- MIAR (Matriz de Información para el Análisis de Revistas)

Repositorio

- Repositorio Institucional Ulima

DIFUSIÓN Y REDES SOCIALES

Contratexto está presente en los siguientes portales:

- Academia: ulima.academia.edu/ContratextoRevista
- Twitter: twitter.com/Contratexto_UL
- Instagram: [instagram.com/contratexto_ul](https://www.instagram.com/contratexto_ul)
- Facebook: [facebook.com/contratexto](https://www.facebook.com/contratexto)
- LinkedIn: [linkedin.com/in/contratexto](https://www.linkedin.com/in/contratexto)

DATOS DE CONTACTO PRINCIPAL

Director: Julio César Mateus

Facultad de Comunicación

Universidad de Lima (Perú)

Correo electrónico: contratexto@ulima.edu.pe

Página web: <http://www.ulima.edu.pe/revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto>

Actores, condiciones y prácticas contemporáneas de uso y consumo mass-mediático de información política. Experiencias y procesos de selectividad, personalización, desmasificación y autocomunicación

DOSIER

WhatsApp, comunicación móvil y participación política: un estudio cuantitativo en Ecuador

El gobierno abierto en la ciudad de Córdoba, Argentina: una política de regulación de la sensibilidad

Uso e influencia de la analítica web en la producción de noticias: estudio de caso de un medio digital peruano

El troleo en el esquema de las prácticas políticas

La creación del rito: análisis semiótico de la protesta sindical a través de la red social Twitter durante el estado de pandemia

O raio X do Jair Bolsonaro

Journalistic representation of women in the reportage of military operations against Boko Haram in Northeast Nigeria

TENDENCIAS

O uso das *affordances* dos dispositivos móveis para a oferta de notícias: uma análise dos aplicativos de jornais latino-americanos

Discursos de preconceito de gênero em publicações da mídia e sua relação com a construção da imagem da ex-presidenta do Brasil Dilma Rousseff

El cine como metodología didáctica: análisis sistemático de la literatura para un aprendizaje basado en el cine (ABC)

La telenovela brasileña y Mijaíl Bajtín: extrapolación, autoría y géneros discursivos en análisis